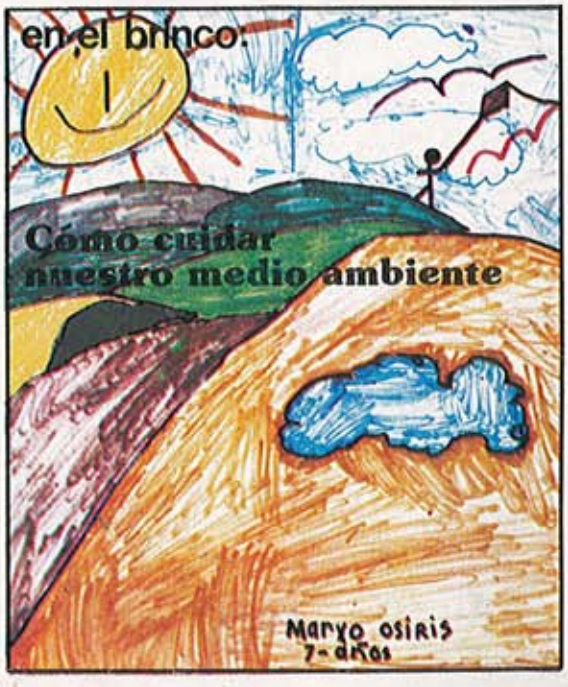
revista del
consumidor
No. 74
CON EL SUPLEMENTO INFANTIL el brinco
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR/ ABRIL DE 1983/TREINTA Y CINCO PESOS

ES POSIBLE DESINTOXICAR AL NIÑO CONSUMISTA



Más vale antiguo conocido...

¿Busca usted una licuadora o una calculadora electrónica con interruptor de cambio para 12 velocidades?
¿Piensa instalar una casa de jugos con el vaso de 2 litros, o le basta con licuar frutas y otros alimentos para su familia?
¿El "avanzado tablero" garantiza que este aparato cumplirá mejor su función esencial, que es la de licuar?
¿Los electrodomésticos son como vestidos de moda? ¿Habrá qué tirar la vieja licuadora aunque funcione bien, sólo porque este nuevo modelo la volvió "antigua"?
Para contestar correctamente, sólo es necesario consultar el presupuesto familiar. Pero además, cualquier consumidor puede acudir al INCO y constatar lo que minuciosos estudios demuestran irrebatiblemente: los nuevos accesorios no necesariamente hacen mejores productos.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CONSEJO EDITORIAL

Director General del INCO: Lic. Daniel Castaño Asmitia. **Subdirector de Orientación y Difusión:** Sr. Jorge Luis Ramírez Cano. **Subdirector Técnico:** Lic. David Márquez Ayala. **Subdirector de Promoción:** Lic. Alor Calderón.

REVISTA DEL CONSUMIDOR
Jefa del Departamento Editorial: Norma Sinay. **Jefatura de Redacción:** Sergio Jácome y Bertha Trejo. **Jefa de Información:** Lila Pastoriza. **Redactor:** Wenceslao Huerta. **Reporteros:** Marco Arroyo, Humberto Calderón, Abigail Cervantes. **Responsable de El Brinco:** Teófilo Huerta. **Correctora:** Ma. Inés Silberberg. **Arte y Diseño:** Jorge Aguilar. **Maqueteo:** Augusto Apón, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera, Susana Mendoza, Verónica Suárez, Francisco Alatriste. **Fotografía:** Rafael Piña. **Producción Fotográfica:** Ernestina Avilés. **Archivo:** Juan Vera. **Fuentes Informativas: Departamento Planeación:** José Chan. **Congreso del Trabajo:** Departamento de Difusión. **Subdirección Técnica: (Departamento de Bioquímica:** Ing. Carlos Cárdenas. **Departamento de Ingeniería:** Ing. Luis Juárez Suárez. **Departamento de Bienes y Servicios:** Lic. Luis Mercader. **Departamento de Economía:** Lic. Soledad Salcedo. **Area Jurídica:** Lic. Francisco Fernández Fredes. **Asesor Médico:** Dr. Raúl Nieto. **Centro de Documentación e Información:** Lic. Gustavo Salinas). **Responsable de Impresos:** Miguel Trejo. **Distribución y Suscripciones:** Lic. Enrique Carvajal. **Asistentes Departamento Editorial:** Antonia García, Humberto Hernández, Guadalupe Roldán.

ILUSTRADORES

Jorge Aguilar, Augusto Apón, Carlos Dzib, Audomaro Herrera y José Palomo.

Precios en la República Mexicana: Ejemplar suelto $35.00 M. N. **Suscripción anual en el continente americano** $27.00 Dls. **Suscripción anual en el continente europeo** $47.50 Dls. Los números atrasados cuestan el doble del precio marcado.

Días de gastar o de querer

Una vez más, el calendario consumista nos enfrenta a una de sus fechas más caras. Chantaje del afecto, herida al presupuesto, distorsión de los valores más duraderos y elementales, el Día del Niño tiende su anzuelo y cientos, miles de consumidores lo muerden.

Más allá del gasto —que en muchos casos es excesivo e impensado— lo que importa señalar es una idea: no fueron los niños quienes inventaron esta fecha; fuimos los adultos. Como adultos, entonces, deberíamos ser responsables y formular, al menos, este interrogante: ¿era esta realidad la que buscábamos legar a nuestros hijos, la de un calendario regido por días en los que gastar es igual a querer?

En 1979, Año Internacional del Niño, dijimos: "Intentamos ayudarlo a que usted ayude a sus hijos. Porque ellos son los adultos del mañana y todos aspiramos a que sepan y puedan construir una sociedad más libre. Libre también de las ataduras que impone el consumismo" Cuatro años más tarde, esta tarea sigue vigente. Por eso, nuestro reportaje de portada. Por eso, nuestra intención de seguir orientando y debatiendo estos temas cuya resolución se torna más urgente cuanto más difícil es la hora que vivimos.

sumario

10

Alimentos y nutrición
▼El trigo reclama un lugar en la mesa mexicana▼Botanas▼ Consumo de azúcar: un exceso que daña a casi todos▼¿Qué son las proteínas y cuál es su calidad?

15

Servicios
▼Guarderías: sepa dónde están sus hijos▼Agua pasa por mi casa▼Agencias de empleo: una ley que las coloca en su lugar.

25

Salud
▼Estos anteojos están muy oscuros▼Las diarreas infantiles florecen en primavera▼Frente a la escasez, dentífricos caseros▼ Deje de beber 24 horas, gratis.

34

Fraudes, abusos y anexos
▼Agradecemos a Rosaura Pérez, "Petaca", su colaboración para esta sección.

PAGINAS CENTRALES

El Brinco
▼¡Al ataque, mis valientes!▼ Los vivarachos▼Dónde aprender un nuevo deporte▼ Para servirte a tí▼Así se hace una locomotora▼Un saludo del mango▼Mi payaso▼El correo de los brincadores▼ Brinco a brinco por los espectáculos.

3 Consumo infantil: Es posible desintoxicar al niño consumista▼Los 12 mandamientos del juguete▼Para aprender jugando▼**19 Derechos del consumidor:** ¿Por qué se clausuran comercios?▼**22 Comunicación y publicidad:** Televisión: Y llegó la austeridad▼El que exagera, miente▼ **28 Ocio productivo:** Cine: ese ingrato objeto del deseo▼Las buenas ondas del INCO▼En carreteras, ahorro nocturno▼Sugerencias para tirar el anzuelo▼**32 El INCO contesta▼36 Entrevista:** Esther Jacob.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.

La Revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.

Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.

No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta, en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

No se devuelven originales.

Dirección: Insurgentes Sur 1228, Código Postal 03210, México, D.F.
Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1228-8° piso, Código Postal 03210 o al Apartado Postal 20600.

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría, Jurídica, Lic. Francisco Fernández Fredes, Insurgentes Sur 1228-6° piso, Código Postal 03210, o al A. Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Victoria Editorial, S.A., Vía Gustavo Baz 193 B, Tlalnepantla, Edo. de México. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la SEP, oficio No. 1127 del 30 de abril de 1981.

Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derecho del autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, oficio No. 6339, expediente No. 09170-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

Es fundamental que los hábitos consumistas que los adultos hemos ido acumulando a lo largo de muchos años, sean alejados de la niñez. ¿Es justo legar a nuestros hijos los sueños de estatus, los despilfarros de recursos —materiales y naturales— y nuestras ansias de poseer y acumular con la vista fija en los sortilegios de la publicidad?

Los mexicanos de las décadas futuras deberán ser, más bien, hombres que sometan los medios de comunicación a su sentido crítico, que protejan los recursos a su alcance y que no vivan obsesionados por tener; hombres que, en una palabra, estén desintoxicados del consumismo.

ES POSIBLE DESINTOXICAR A LOS NIÑOS CONSUMISTAS

Virginia Belmont es una niña de 12 años que cursa el sexto año de primaria en la escuela José María Velasco. Le gusta jugar a la escuelita y practicar deportes; aunque menciona que todos los días ve televisión de 7 a 10 de la noche. Y al preguntarle si sabe diferenciar sus necesidades básicas de las secundarias, afirma: **"No sé, pero creo que es más importante comprar zapatos que dulces".**

Seguramente, la nueva generación está más cerca de saber consumir correctamente que quienes nacimos hace algunas décadas. Es lógico, y necesario; porque los tiempos que corren exigen una niñez desintoxicada del consumismo. Si heredamos a los pequeños nuestras arraigadas costumbres no habremos avanzado; pero si incorporamos los buenos hábitos de consumo a su formación integral, permitiremos que las próximas generaciones cuenten con mejores armas para enfrentar los fenómenos económicos del futuro.

Y es una tarea urgente. A decir del maestro Vicente García, de la facultad de Psicología de la UNAM, los hábitos de consumo se adquieren desde la edad preescolar, **"cuando el niño quiere todo".**

Por su parte, la profesora Idolina Moguel, Subsecretaria de Educación Elemental de la SEP, afirma: **"Es sumamente importante que en la escuela primaria los alumnos adquieran hábitos de buenos consumidores, porque esas actitudes pueden ser perdurables para toda la vida".**

"Creo —agrega el profesor Moisés Jiménez, director adjunto de la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito— **que los niños aprenden a consumir inducidos por la publicidad, pero también tomando ejemplo de los adultos".**

Al respecto, el profesor Abelardo Rodas, de la Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales de la SEP, considera que en ocasiones los mismos maestros fomentan el consumismo. Cita como ejemplo algunos trabajos escolares, donde **"los maestros acostumbran a los niños a que compren los mapas y esquemas; antes los escolares hacían estos trabajos y les dedicaban tiempo, esfuerzo y creatividad. Si los niños viven cosas como éstas, donde predomina la**

ley del menor esfuerzo, ya no van a hacer nada ellos mismos sino que comprarán todo elaborado".

"Las cosas —continúa el profesor— **no cambian mucho en casa pues en ocasiones la mamá adquiere comida enlatada en vez de prepararla; son modelos que el niño va adoptando. Y hasta la misma tecnología la ponemos indiscriminadamente a su alcance; no quiero ni pensar cuando los maestros de primaria en vez de enseñarles a los niños a sumar y restar, les enseñen a manejar una calculadora. Y no creo exagerar; ese peligro está latente".**

Al preguntarles cómo aprenden a consumir, los propios niños señalan que **"viendo las cosas que anuncian, pero mis papás luego dicen que no son lo mejor porque tienen microbios"**, como es el caso de Alejandro Cano Vázquez, de 12 años de edad. Gabriela López Trejo, de la misma edad, afirma: **"nadie me dice cómo consumir pero pienso que lo que dice la tele es cierto, aunque en algunos casos exagera, como en el anuncio del nuevo Fabuloso".** Vicente Hernández, de 11 años, responde que **"por la televisión, mis papás y a veces los maestros".** Y Ana María López, de 9 años de edad y vecina de la colonia Nativitas, contesta: **"mi maestra Silvia me dice que no tome tanto refresco porque me puede hacer daño, pero en mi casa mi papá nada más compra Coca o Pepsi y dice que no le haga caso a nadie más que a él, porque si el refresco fuera malo no lo anunciarían en la tele".**

Alimentos y no golosinas es el primer paso para erradicar el consumismo de las cooperativas escolares.

"Definitivamente el principal problema para que los niños tengan conciencia de qué es lo más conveniente para ellos es la publicidad", apunta la directora de la escuela DIF, María de los Angeles García. Y añade: **"por uno u otro motivo los papás no cuidan lo que ven sus hijos y no los hacen críticos al ver un programa de televisión; entonces el niño va captando todo y piensa que los anuncios dicen la verdad. Por eso al mismo tiempo que se educa a los niños hay que educar a los padres".**

Ciertamente, los padres pueden hacer mucho para formar esa generación de buenos consumidores que el país necesita. **"Hay que enseñarle al niño la diferencia entre el valor y el precio, pues hay cosas baratas de mucho valor y viceversa. Es necesario hacerle ver que lo importante no es lo que cuesta una cosa sino el valor que tiene para el hombre; pongamos el caso de los refrescos que son caros y de escaso poder alimenticio, pero al que muchas familias le han asignado un valor que termina por asumir el niño"**, señala Vicente García.

El psicólogo Jesús Galicia, del Instituto Mexicano del Seguro Social, coincide al afirmar que la familia tiene que modificar sus hábitos de consumo, pues el niño es expresión de lo que hacen sus padres. **"Por ejemplo, hay que procurar no darle alimentos con sabores industrializados. Ha llegado el caso, que a mí me ha tocado ver,**

de un escolar que al pedirle que dibujara una manzana dibujó un refresco de manzana".

Galicia resalta la importancia de la escuela en este rubro; **"pues si el maestro le dice al niño que hay que lavarse las manos y no comer golosinas, cuando el infante llega a su casa y ve que algún miembro de la familia se aparta de estas recomendaciones, de inmediato cuestiona, y cuestiona muy alarmado".**

"La escuela es fundamental —completa Vicente García— **.Es importante que en la primaria exista una asignatura que se refiera al consumo; se podría orientar a los niños para que aprendan a observar las características de los productos, comparen precios y sepan cómo comprar mejor. En este sentido, pienso que los niños aprenden aritmética pero no siempre conocen la utilidad de esta asignatura, que bien podría utilizarse para comparar precios, por ejemplo".**

La profesora Martha Nelda Morales, directora de la escuela primaria José María Velasco, calcula que mientras un niño pasa cinco horas en la escuela, puede permanecer hasta siete frente al televisor. **"Es una competencia muy difícil pues la poca orientación que podemos darle para el consumo se nulifica con todo el bombardeo televisivo".**

"Respecto de la televisión —volvemos con García— **el problema no es sólo que el niño pase mucho tiempo frente al aparato, sino la deformación que sufre y la manera en que este medio de comunicación se ha convertido en un instrumento para que no sean molestados los padres, con lo que se rompe toda comunicación padre-hijo".**

Los niños prodigio del negocio del espectáculo

"Menudo", "Timbiriche", "Parchís"... son tantos que en pocos años se han extendido como una plaga. Y con sus voces, sus bailes y, sobre todo, sus ciudadosas campañas publicitarias lanzadas en complicidad con la televisión comercial, han "encantado" a los niños, como aquellas sirenas que con sus cantos llevaban a la muerte a los marinos.

Y como las sirenas, estos niños prodigio ya han provocado tres muertes en una presentación en Puebla y cientos de heridos en otros espectáculos, fruto de la euforia y pasión que han desbordado en miles —o millones— de niños y adolescentes mexicanos que se desenfrenan como las juventudes de los cincuentas y los sesentas lo hacían por Elvis Presley o los Beatles. La diferencia —y justo es subrayarla— es que estos músicos brillaron por méritos propios y aún hoy en día se siguen recordando sin necesidad de campañas promocionales. En cambio, quién asegura que dentro de 5 o 10 años el público recordará a los niños cantores que hoy están de moda. Son, más bien, ídolos prefabricados que, como hongos, brotan a cada momento con el único fin de obtener utilidades económicas por encima de cualquier manifestación artística genuina.

La calidad musical de los "menudos" y similares difícilmente trascendería sin todo ese aparato publicitario; y, por otra parte, su música deja tanto que desear que se corre el riesgo de deformar el gusto y el oído de los pequeños. En cuanto a la letra de sus canciones, cabe decir que en ocasiones parece corresponder más al contexto de los adultos que al mundo infantil.

Y no olvidemos que muchos de estos grupos son extranjeros y se están llevando una buena cantidad de divisas de nuestro país a través de sus discos, presentaciones, carteles, revistas y todo tipo de productos que llevan su imagen. Tan sólo en su presentación del 26 de febrero en la plaza México, los puertorriqueños de "Menudo" obtuvieron más de 30 millones de pesos, según indicaron algunos diarios.

Los juegos que promueven la participación del niño son una opción ante las pasivas diversiones electrónicas.

Por su parte, la licenciada Mariana Yampolsky, coordinadora de la enciclopedia infantil Colibrí que editara la SEP el año pasado, comenta que **"el libro tiene muchas ventajas sobre la televisión, pues entre otras cosas despierta la imaginación, fomenta la investigación y hace a los niños creativos. En cambio la televisión los vuelve pasivos, los convierte en espectadores de todo y los hace preferir que les cuenten las cosas en vez de investigar, o ver deportes en vez de practicarlos".**

Para Enrique Alonso ("Cachirulo"), actor de temas infantiles con amplia experiencia en la televisión, este medio de comunicación es **"un arma de doble filo; por un lado ha permitido que los niños de hoy entiendan más rápido las cosas, pero por otro lado hay padres que dejan al niño solo frente al televisor para que 'se esté quietecito pues al cabo que no entiende'; pero el niño sí comprende y va tomando esos modelos que la mayoría de las veces son negativos".**

Afortunadamente algo se está haciendo con respecto a la televisión para aprovechar el "filo" positivo. La licenciada Dolores Esquivel, jefa de planeación de la unidad de Televisión Educativa y Cultural de la SEP, menciona que se están produciendo programas dirigidos a los niños como **"Temas de primaria"** o **"Historias de niños y niñas"**, donde los propios menores explican los problemas en relación con sus padres. Otros programas son **"Los intrépidos"**, donde los pequeños descubren hechos científicos a través de una historia de aventuras; y **"Por caminos y brechas"**, que lleva a chicos y grandes a recorrer diversos puntos de la República y conocer sitios de interés.

"Sin embargo —expresa la licenciada Esquivel—, **un programa sobre hábitos de consumo todavía no se hace, aun cuando lo considero de suma importancia debido al potencial que la televisión tiene como vehículo educativo".**

Otra clara manifestación del consumismo infantil es el exagerado gusto —aprendido, por cierto— por las golosinas y frituras de alto costo y escaso valor alimenticio.

En ese contexto es interesante el esfuerzo de la escuela primaria Leyes de Reforma, de la colonia Jacarandas, donde han sido retirados de la cooperativa muchos productos que no nutren. **"Le hemos pedido a las mamás** —sostiene la profesora Clara del Carmen Pérez— **que a los niños les pongan en sus mochilas tortas, tacos o cualquier otro alimento nutritivo, porque de nada serviría que quitáramos algunos productos si de todos modos la mamá le da al niño gansitos o charritos".**

Al respecto, el profesor Alfonso Fajardo Ponce, de la Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales de la SEP, señala que **"no podemos evitar que los niños disfruten de los dulces; pero sería muy conveniente que cada escuela tuviera un taller donde se produjeran gelatinas, aguas de frutas, caramelos y flanes, por citar unos cuantos ejemplos. Al mismo tiempo se les hablaría a los niños sobre las propiedades nutritivas de esos productos".**

Agrega que lo mismo se podría hacer en el caso de los juguetes: **"Un taller donde los niños aprendieran a fabricarlos, así su alegría de jugar sería mayor".**

Sobre los juguetes, "Cachirulo" opina que antes eran poco adquiridos los eléctricos; **"pero ahora sucede lo contrario, se compran mucho porque el niño piensa que con él será más que sus amigos. Y eso no es sino reflejo de cómo el padre le ha enseñado a valorar las cosas".**

"Al niño —anota el psicólogo del IMSS Jesús Galicia— **se le educa jugando. En este sentido son muy importantes los juegos de rondas, el dibujar e iluminar frutas, realizar figuras de plastilina o hacer teatro infantil; en este punto cabe mencionar que se han hecho representaciones escolares en donde los niños juegan el rol de frutas y verduras; alguien, por ejemplo, es una zanahoria. Es increíble cómo los pequeños conocen las características de los productos mejor que cuando se les enseña en clase. Esto mismo puede hacerse con títeres."**

En toda esta clase de actividades el papel del maestro es fundamental. **"Desgraciadamente** —apunta el profesor Moisés Jiménez— **durante su preparación los maestros no reciben ninguna materia sobre el tema de consumo; y esto hay que señalarlo porque sólo así se subsanará esta falla. Por eso la impartición de estos temas queda al arbitrio de lo que conoz-**

Escuela de consumistas

Para analizar de cerca una de las más fuertes influencias del consumo infantil, la tarde del 9 de marzo vimos el canal 5 de las cuatro a las siete de la tarde.

En ese lapso pasaron al aire 58 comerciales, de los cuales 28 fueron de golosinas y 17 de grupos y programas infantiles; el resto se dividió entre abonos para el club América (4), juegos (2), campañas institucionales (2) y zapatos tenis, hoteles, periódicos, películas y supermercados.

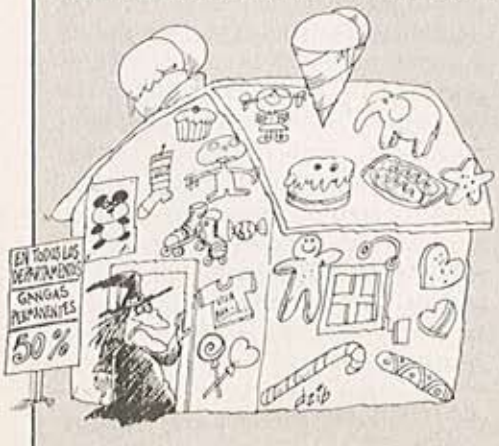
De los 28 comerciales de golosinas —que representaron casi la mitad del total— nueve fueron de gomas de mascar y nueve de frituras, productos que están lejos de favorecer buenos hábitos de consumo. El resto de comerciales correspondió a refrescos (3), cereales industrializados (3), saborizantes de chocolate en polvo (2), gelatinas y flanes.

Por otra parte, el mensaje de los comerciales dejó mucho que desear en general. Dos fueron los que nos llamaron poderosamente la atención.

Uno es el de Choco-milk, donde un niño beisbolista bebe el saborizante de chocolate para después, al ir a batear, conectar un "triple" como si el producto de Pancho Pantera le hubiera dado poderes especiales. Posteriormente el "héroe" —Pancho Pantera— lo felicita y envía **"a las ligas mayores"** al niño, que casualmente se llama Fernando.

En la misma línea de explotar los sueños de grandeza deportiva, aparece un niño viendo un partido de futbol americano por televisión; y mientras una cancioncita repite **"inténtalo con tu imaginación, saboréalo con tu Buble Yum"**, el pequeño se visualiza jugando al lado de los futbolistas, como si el chicle pudiera transportarlo mágicamente al emparrillado.

En ambos casos —Buble Yum y Choco-Milk— se trata de una publicidad engañosa que juega con los sueños infantiles para introducirlos al consumo de productos que, o hacen daño al ingerirse en exceso, o bien aportan escasos nutrientes a muy alto costo. Porque para lograr el éxito en los deportes lo que se necesita es una alimentación balanceada con productos naturales y la perseverancia en el entrenamiento constante, no chicles ni polvos con sabor a chocolate.



OSCAR PAOLONI

La convivencia entre padres e hijos, mucho más sana que el más caro de los juguetes.

ca el maestro y del interés que tenga sobre el consumo. Cabe aclarar, sin embargo, que las autoridades respectivas se están preocupando por esto".

Juan Luna, estudiante de la Escuela Nacional de Maestros, menciona que **"en nuestra carrera no recibimos orientación específica sobre el consumo, pero sí tenemos inquietudes por ese tema".** Otra estudiante, Patricia Ramos, sugiere que en primaria se incluyan temas como ecología, protección al medio ambiente y protección de los recursos materiales, **"donde podrían caber aspectos de consumo".**

Actualmente, los libros de texto gratuitos de ciencias sociales empiezan a abordar el tema; y en el libro de ejercicios de español para sexto grado viene una lección que permite al niño analizar la publicidad televisiva con reflexiones como: **"¿la alegría es un ingrediente que puede añadirse a las bebidas?"** o **"¿una persona es importante porque usa reloj?"**

Asimismo, según informa la profesora Idolina Moguel, Subsecretaria de Educación Elemental, **"en el libro de segundo grado hay juegos de salón tipo 'oca' en donde los niños manejan conceptos de ecología y educación para la salud, en forma grata; por ejemplo, si el jugador cae en la casilla donde aparece un niño tirando basura en el suelo, retrocede; si cae en donde está cerrando una llave para que no se desperdicie el agua, avanza. Este mismo tratamiento se da al ahorro de energía eléctrica, al consumo de alimentos sanos y nutritivos, etc."**

La profesora Moguel añade que en el Foro de Consulta para Maestros en Servicio, recientemente celebrado, **"se aceptó una propuesta de los maestros para reforzar, en los planes y programas de estudio, los conocimientos y prácticas encaminados a crear hábitos de buenos consumidores".**

Y es que, en definitiva, para evitar que los niños caigan en el consumismo es necesaria una labor conjunta, tanto de los padres como de los maestros y la escuela. Sólo así será posible que las generaciones que empiezan vivan para ser y no para tener.

(Sergio Jácome. Información: Wenceslao Huerta y Abigail Cervantes)

Para aprender jugando

Hay juguetes que juegan solos, que casi no requieren la participación del niño. **"Otros, en cambio, estimulan la expresión, la curiosidad, el interés por comprender, la creatividad, la imaginación, el dominio del propio cuerpo, la colaboración con los demás. Son los juguetes y materiales para juegos educativos",** apunta la socióloga Aurora Suárez, una de las coordinadoras del concurso "Aprender Jugando", organizado por el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Precisamente, uno de los problemas que presentan los juguetes educativos es su elevado precio (con frecuencia se trata de juguetes importados) y, por consiguiente, no están al alcance de la mayoría de los niños. De ahí la conveniencia del mencionado concurso, que tiende a impulsar la producción nacional de juguetes creativos y de bajo costo. **"Se trata de que estos materiales resulten accesibles a los niños de zonas rurales pobres y suburbanas, ayudando a su formación pre-escolar",** señala Aurora Suárez.

En el concurso "Aprender Jugando" pueden participar todos

aquellos que inventen un juguete o material para juegos educativos destinados a niños de tres a seis años de edad, de fabricación artesanal o industrial. Para calificar los materiales se tomará en cuenta su valor educativo, que su diseño sea atractivo, que se adecuen a la edad indicada y que su producción sea fácil y de bajo costo. La socióloga Suárez precisa que los diseños de **fabricación artesanal o casera** deberán referirse a juguetes o materiales educativos que puedan ser elaborados por padres, maestros, etc. Los concursantes tendrán que presentar un prototipo, el instructivo de elaboración, el instructivo de uso y un escrito en el que se señale la edad para la que ha sido diseñado el juguete, sus objetivos y la estimación del costo unitario. En el caso de los juguetes de **producción industrial** el precio deberá calcularse para un volumen que no supere las dos mil unidades.

La **inscripción es gratuita** y puede hacerse desde el 1º de marzo hasta el 15 de mayo de este año en las oficinas centrales del CONAFE (Thiers No. 251, 13º piso, Colonia Anzures) o en sus delegaciones en los Estados. Se asignarán 350 mil pesos a **premios,** distribuidos así: en la sección artesanal el ganador recibirá 70,000 pesos, el segundo 50,000, el tercero 30,000 y el cuarto 20,000 pesos. En la sección industrial se premiará con 80,000 pesos al primer lugar, 60,000 al siguiente y 35,000 al tercero. El cuarto y quinto puestos recibirán menciones honoríficas.

El concurso no sólo tiende a fomentar la disponibilidad de juguetes educativos sino también a impulsar la creatividad de los diseñadores. Es así que todos aquellos que participen recibirán un diploma especial y tendrán derecho a exponer sus materiales durante un mes en el lugar que el CONAFE y la UNICEF asignen a tal fin.

Los interesados pueden obtener mayor información llamando a los teléfonos: 250-40-66, 250-41-76, 250-44-87, 250-42-87 y 250-43-76.

(Inf: M. Arroyo)

Los 12 mandamientos del juguete

Margarita Isabel

Los hay de todo tipo y están en todas partes, pero los juguetes pueden formar o deformar al niño. Los primeros permiten que el chico los disfrute y le sirven de instrumento para empezar a amar y armar su mundo; un mundo que le ayude a descubrir sus capacidades y a expresar su opinión sobre la vida.

Por ejemplo, un buen juguete es aquel que se adapta a las necesidades humanas, no a rígidos estereotipos femeninos o masculinos. Existen juguetes típicos de hombrecitos y juguetes clásicos de niñas. Los unos están prohibidos para los otros. ¿Pero por qué un niño no puede jugar con muñecas? El necesita expresar su ternura y sentido de protección tanto como ella. Después de todo es más fácil que se convierta en padre que en astronauta.

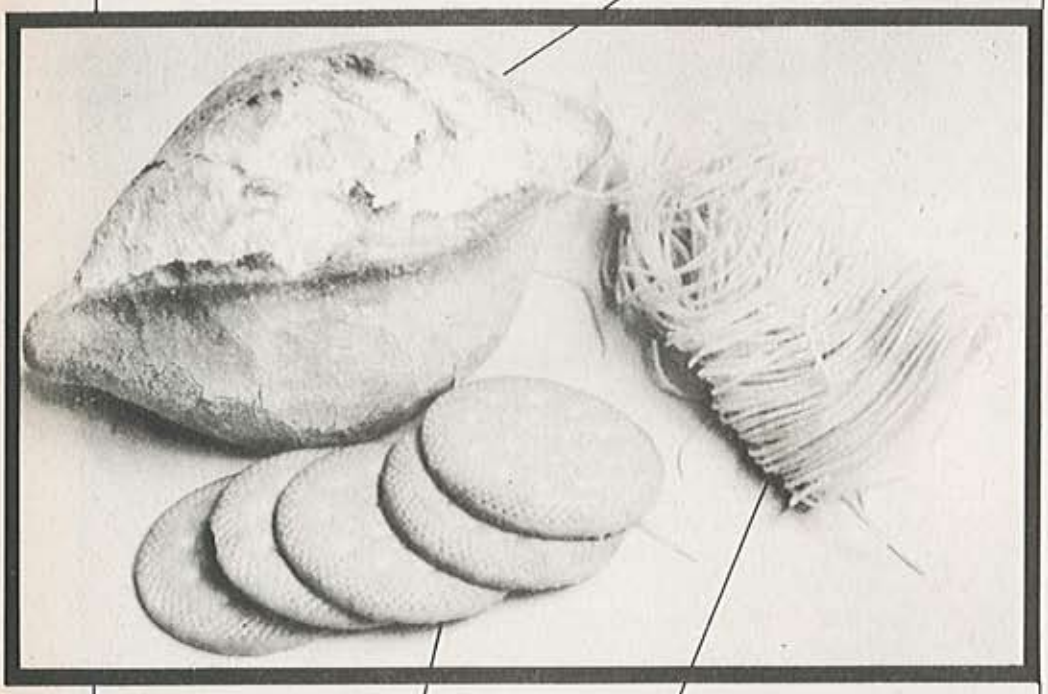
Para la mujercita nada de juegos de carpintería, equipos de medicina o química; y sin esta experiencia, ¿cómo puede una niña empezar a pensar en su vocación?...

Otro ejemplito: Puesto que los juguetes se anuncian constantemente y a través de todos los medios, el niño puede sentirse motivado a pedir lo que en realidad no quiere o no necesita. El no puede evitar la influencia de la publicidad, pero los padres sí. El valor de los juguetes artesanales y de la industria nacional no radica en sus anuncios sino en su auténtica belleza y originalidad, son producto de la idiosincracia mexicana. Si a usted le interesa que su hijo absorba nuestra tradición y nuestra cultura, antes de comprar, compare: no es lo mismo el juguete en serie que el juguete en serio.

Pero son tantas las implicaciones de la relación padres hijos a través del juguete que preferimos resumirlos en los 12 mandamientos del juguete (2 más de los sagrados porque estamos en época de inflación):

1.- Compartirás con tus hijos sus juegos y sus juguetes.
2.- No les darás juguetes peligrosos, mal fabricados ni difíciles de manejar.
3.- No gastarás en juguetes que se mueven mucho y hacen todo mientras tu hijo no se mueve ni hace nada.
4.- Comprarás juguetes que estimulen la inteligencia y creatividad del niño.
5.- Le darás juguetes que satisfagan sus necesidades emocionales, haciendo a un lado etiquetas sexistas.
6.- No comprarás juguetes que tú o tus hijos puedan fabricar.
7.- No fomentarás la agresividad de tus hijos con juguetes bélicos.
8.- Tus hijos no han de medir tu afecto por la cantidad o precio de sus juguetes
9.- No le darás o negarás el juguete a tu hijo porque estés de buen o mal humor.
10.- Preferirás juguetes artesanales que refuercen en tus hijos los valores de nuestra cultura.
11.- No comprarás el amor de tus hijos con juguetes.
12.- Lo ganarás con respeto, atención y afecto.

El trigo reclama un lugar en la mesa mexicana



Esta es la porción diaria de trigo que, para aumentar y mejorar las proteínas, conviene mezclar con el maíz y otros comestibles.

En recientes declaraciones, el director de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), José Ernesto Costemalle, anunció que este año no se realizarán importaciones de trigo y que el gobierno otorgará 11 mil millones de pesos para subsidiar el grano destinado a las panificadoras. Es que, según las últimas estimaciones, a la excelente cosecha triguera de 1981 le sucedieron los aun más altos topes de producción registrados el año pasado que pueden acercanos una vez más a la huidiza autosuficiencia.

¿Qué importancia tiene el trigo para la alimentación de un pueblo cuyo cereal indiscutido es el maíz? En primer lugar, sus derivados —y en especial el pan— se han ido introduciendo desde los tiempos coloniales en la dieta cotidiana, particularmente de los habitantes de las ciudades. En segundo término, aceptada ya esa instalación en el gusto mexicano, **conviene sumar sus proteínas para lograr una nutrición adecuada.** Dos bolillos en el desayuno, un plato de sopa de pasta en la comida y un pan dulce con la cena aportan 17 gramos de proteínas, casi una cuarta parte de las que el organismo requiere diariamente. El consumo ha aumentado en los últimos años: de las 2 millones seiscientas mil toneladas de 1977/78 se pasó a 3 millones 600 mil en 1981/82 y, lo que tal vez sea más significativo, se incrementó en las áreas rurales: de un consumo per cápita diario de 38 gramos en 1963 se llegó a 45 en 1979, lo que supone un aumento del 18 por ciento.

El trigo es un cereal y, como tal, resulta un excelente combustible rico en carbohidratos, pero adolece de carencias en vita-

VALOR NUTRITIVO DEL TRIGO Y DERIVADOS (EN 100 G.)

	PROTEINAS g	GRASAS g	CARBOHIDRATOS g	CALCIO mg	HIERRO mg	B1 mg	B2 mg	NIACINA mg	CALORIAS K cal.*
TRIGO	10.60	2.60	73.40	58	0.90	0.59	0.22	4.40	337
PAN BOLSA	8.40	0.30	62.10	39	3.52	0.26	0.04	1.00	292
PAN INTEGRAL	8.10	0.60	54.00	41	0.65	0.31	0.18	1.10	238
PAN CAJA	8.90	2.60	55.10	100	18.09	2.47	0.25	3.30	285
PAN TOSTADO	12.20	6.50	73.80	90	5.67	0.20	0.28	1.70	408
PASTAS	9.40	0.40	72.80	26	2.10	0.12	0.08	1.10	340

* FUENTE: Instituto Nacional de la Nutrición

Panaderías eran las de antes... y aún quedan

En medio de los panes de caja, los pastelillos con saborizantes artificiales y los diferentes productos —con mayor o menor variedad de gustos— de la moderna industria panificadora, uno a veces añora las panaderías con olor a levadura, a pan caliente y a azúcar quemada. De todo esto ya es poco lo que aún resta, pero si usted se va por el rumbo del Zócalo, descubrirá en el callejón Mixcalco una panadería como aquéllas y con sabor íntegramente mexicano. Es la panadería huasteca de los hermanos Mayol, donde la elaboración lleva manteca, queso y otros ingredientes tradicionales y secretos. Allí encontrará pan de Hidalgo, de Tamaulipas y de San Luis Potosí; y también empanadas, polvorones, gordas, carteritas con queso y pan con piloncillo. Frente a la industrialización, a las sofisticaciones de los productos afrancesados, frente a la invasión de comestibles "tipo plástico", encontrar una panadería con sabor a pan y a terruño no deja de ser una gratificación con mayúsculas.

minas y minerales, y a sus proteínas le faltan algunos aminoácidos. Tiene algo más de proteínas que el maíz (110 gramos de tortilla aportan 5.9 g. e igual cantidad de bolillo, 8.4 g.) aunque, **para algunos especialistas, la ventaja reside en su contenido de triptofano, uno de los ocho aminoácidos indispensables,** característico por ser el más difícil de sustituir. La gliadina, que no es sino la principal proteína del trigo, la que forma el gluten, tiene un 1 por ciento de triptofano, tanto como las proteínas de la carne. De todos modos, el proceso industrial que transforma al trigo en harina despeja al grano de su cascarilla (rica en la leguminosa que constituye la fibra indispensable para el buen funcionamiento intestinal) y del germen, que es donde se concentra la mayor cantidad de elementos nutritivos. De ahí que sea conveniente consumir el trigo lo menos industrializado posible: en grano, en pan integral y en pan negro, por ejemplo.

Con la harina se elaboran una serie de derivados (fundamentalmente pan, pasteles y pastas) cuyas propiedades nutritivas varían en cada caso dentro de las características comunes. (Ver recuadro.) Destaca el pan tostado por su muy alto valor energético, su mayor contenido proteico y la relativamente alta proporción de vitamina B2. Pero todos requieren ser mezclados con otros cereales y con leguminosas para enriquecerse. **"Bolillo, frijoles y queso. Esta es una combinación que recomiendo enfáticamente como desayuno escolar, un desayuno que no puede compararse con las sabritas, los gansitos y el refresco",** apunta el ingeniero Carlos Cárdenas del Departamento de Bioquímica del INCO. El Instituto Politécnico Nacional (IPN) ha efectuado durante los dos últimos años investigaciones para enriquecer algunos derivados del trigo, con óptimos resultados. El fin perseguido era lograr productos con igual calidad, olor, textura, color y sabor pero con mayor aporte nutritivo. **"En las pastas para sopa** —apunta Yoja Gallardo, encargada del estudio— **hemos logrado que un plato de sopa tenga la misma cantidad y calidad de proteínas que un huevo".** El pan fue enriquecido con proteínas procedentes del plasma sanguíneo del ganado bovino, compensando la carencia que tiene el trigo de estas proteínas. Concluida ya la fase experimental, sería deseable que productos de este tipo se incorporaran al circuito comercial.

La producción de trigo en nuestro país ha sufrido continuas oscilaciones que llevaron a sucesivas necesidades de importación para abastecer el consumo. En 1977 se produjeron cerca de 2 millones trescientas mil toneladas y debieron importarse algo más de un millón doscientas mil. En 1981 la cosecha se aproximó a los 3 millones 200 mil toneladas mientras las cifras del año pasado oscilan alrededor de los cuatro millones. La superficie cosechada ha variado (incluso descendió acentuadamente en algunos años) pero no alteró el volumen de producción en la medida que mejoraron las técnicas y aumentó la capacidad de riego. Es que en México, el cultivo del trigo —a diferencia del maíz— está a cargo no sólo del agricultor campesino sino de agricultores empresariales con actividad racionalizada y mecanizada. **El trigo es aquí un producto eminentemente comercial,** lo cual explica que sus rendimientos sean altos (alrededor de 3,800 kilogramos por hectárea, cifra sólo superada por Alemania Federal y Estados Unidos) y también que, frecuentemente, sea reemplazado por otros cultivos circunstancialmente más rentables, como ocurrió en 1970 con el sorgo y el cártamo.

Una muy alta proporción de la producción (alrededor del 70 por ciento) se transforma en harina. De las 2 millones 700 mil toneladas que se produjeron en promedio entre 1971 y 1980, cerca de 2 millones 300 mil se destinaron a la industria harinera, y la porción abrumadoramente mayoritaria se usó en la industria alimenticia. Más del 80 por ciento de esta actividad se dedica a la elaboración del pan, pastelería y galletas y conviven los pequeños fabricantes con las grandes empresas productoras de pan de caja, pastelillos y golosinas.

La enorme expansión y el uso de modernas técnicas de publicidad por parte de estas grandes empresas **ha ido modificando los patrones de consumo y asegurando para ellos su progresivo dominio del mercado.** Aun los sectores de más bajos ingresos de la población (que no cubren el mínimo recomendado de consumo de trigo y que ingieren casi únicamente maíz) han sido

afectados significativamente: los estudios demuestran que el porcentaje del gasto asignado por sus miembros al pan de caja aumentó en el 402 por ciento entre 1968 y 1977 (mientras el de las pastas para sopa sólo se incrementó en el 31 por ciento).

En nuestro país el consumo de trigo —a través de sus derivados— presenta marcadas diferencias según los sectores sociales, producto no sólo de la diferencia de precios sino, y fundamentalmente, de una tradición cultural que privilegia sin atenuantes al maíz. **La recomendación de la inclusión de unos 110 gramos diarios de trigo en la dieta de cada mexicano combina esa preponderancia indiscutible con un complemento que favorece la nutrición adecuada.** Un pan bolillo de 70 gramos, 15 gramos de galletas Marías y un plato de sopa de pasta son suficientes para cumplir este requerimiento cotidiano. ¿El precio? Pues, 3 pesos por persona. **En una familia de seis miembros, cuesta 18 pesos diarios incorporar la cuota necesaria de derivados del trigo.**

Como ya hemos señalado, los especialistas aconsejan consumir el trigo en la forma menos industrializada posible. Lamentablemente el pan integral (cuyo precio oscila entre los 32 y los 70 pesos) no está al alcance de la mayoría de los presupuestos como partícipe habitual de la dieta. Sin embargo, en las casas naturistas se vende el trigo en grano, con todo y propiedades, 22.50 pesos el medio kilo. Conviene incorporarlo regularmente. Se le cocina en agua hirviendo hasta que esté suave y se preparan gran variedad de platillos: ensaladas con trigo y brotes de soya, albóndigas con carne molida, ajo y zanahoria rallada, pasteles de verdura con espinacas, zanahoria, cebolla y trigo, y tantas sopas, taquitos y guisados como la imaginación pueda crear. Al menos una vez por semana, conviene darle un lugar en la mesa familiar.

Lila Pastoriza (Inf. Alfonso Navarro)

Botanas

● La espinaca abunda durante todo el año y en algunas temporadas (como la actual, cuando cada manojo cuesta entre tres y cinco pesos) su precio es muy accesible. Es una verdura que por su alto valor nutritivo y la facilidad de su preparación merece incluirse en la dieta habitual. Es rica en vitamina "A" (que ayuda a prevenir enfermedades de la vista y a mantener la piel sana) y contiene calcio, fósforo, hierro y vitaminas del grupo "B" en proporciones considerables. Puede consumírsela cruda (como ensalada) o cocida en multitud de platillos: hervida con aceite y limón, gratinada con crema y queso, en budines y pasteles con cereales y zanahoria, en sopas, en guisados. Una ventaja suplementaria es que se aprovecha entera, tanto sus tallos como sus hojas, porque sólo la raíz no es comestible.

● **Según una investigación efectuada en el mes de diciembre del año pasado por la delegación Guanajuato del Instituto Nacional del Consumidor, el consumo de leche pierde terreno frente al de otras bebidas nada nutritivas. Las cifras dicen que cada leonés bebió ese mes tres litros de leche, 2.62 de licor, nueve de cerveza y 13 de refrescos. En cuanto a los costos, la erogación de la producción de cerveza, licor y refrescos es de casi 556 millones de pesos, mientras que la de leche llega a los 53 millones.**

● De acuerdo a lo manifestado por el presidente del Foro Nacional de Alimentación y Nutrición, Adolfo Chávez, (con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Alimentación), el 21 por ciento de la población come en exceso carne, leche, queso y huevo, en preparaciones con mucha sal, grasas, azúcar, harinas modificadas y aditivos. El 68 por ciento de los mexicanos presenta, a su vez, una dieta deficiente: un 23 por ciento está en situación francamente crítica, con manifestaciones clínicas y funcionales de desnutrición.

● **El colesterol es un frecuente protagonista de preocupaciones. Se trata de un compuesto similar a las grasas y a los ácidos grasos que se encuentra en todas las células del cuerpo humano y de la sangre, como así también en la bilis. Según algunos estudios, su alto nivel en sangre puede propiciar la aparición de enfermedades cardiovasculares y de arterioesclerosis. De ahí que sea conveniente evitar el alto consumo de alimentos que contengan excesivo colesterol, como la yema de huevo, los productos lácteos y los comestibles de origen animal ricos en grasas. Se aconseja consumir unos 300 miligramos diarios, de modo que se lo incluya en la dieta sin llegar al nivel de riesgo.**

● A comienzos de la primavera el melón reaparecerá en la mesa familiar. Conviene ingerirlo antes de las comidas, ya que favorece la buena digestión. ¿Sabe usted cómo reconocer al melón fresco? El tallo de unión con la planta debe estar perfectamente desprendido y el color de ésta será verde pálido. Al presionarlo ligeramente en dos puntos opuestos cederá suavemente y su olor será fresco. Hay que evitar los melones con ablandamiento general, zonas magulladas, olor a alcohol, manchas húmedas o color verde oscuro.

Consumo de azúcar: un exceso que daña a casi todos

En 1982 los mexicanos consumieron tres millones 216 mil 430 toneladas de azúcar. La cifra —que en sí misma puede no decir demasiado— adquiere significación cuando se sabe que agrega un millón trescientas mil toneladas a la registrada diez años atrás y que supone un consumo per-cápita de más de 44 kilos anuales. Desde 1979, en que casi igualó al monto de lo producido, el consumo ha ido aumentando mientras la producción disminuía. El resultado no pudo ser otro que la necesidad de importar. Ya en 1980 se compraron en el exterior cerca de 700 mil toneladas, y se estima que 1983 demandará una importación de alrededor de un millón de toneladas.

Nuestra ingestión de azúcar (comparable a la de los estadounidenses, que llega a los 45 kilos anuales por persona) es altísima. Supera a la de sudamericanos, centroamericanos y europeos (que oscila en torno a los 41 kilos por año) y multiplica varias veces a la de los africanos (12.8) y a la impuesta por la sabiduría oriental: los asiáticos consumen unos 8 kilos anualmente. Son quienes más se acercan a la dosis correcta, estimada en 25 gramos diarios (menos de dos cucharadas), lo que da algo más de 8 kilos anuales. Nosotros consumimos promedio cerca de 45 (que en el DF orillan los 70). ¿Cómo? Directamente, en el uso doméstico, y a través de los productos industrializados. Se calcula que el 70 por ciento del azúcar que ingerimos proviene de refrescos y de comestibles procesados, en especial por la industria panificadora y dulcera.

Este excesivo consumo azucarero no sólo tiene las consecuencias económicas apuntadas sino que supone una distorsión en los hábitos alimentarios de seria envergadura para la salud de la población. Lo único que aporta el azúcar al organismo son "calorías vacías", así llamadas porque no incorporan ningún nutrimento: ni proteínas, ni vitaminas, ni minerales. Su incidencia en la obesidad, la arterioesclerosis, la diabetes y las caries dentales está comprobada. ¿El resultado? Vastos sectores de la población presentan, simultáneamente, desnutrición y sobrepeso.

Si bien en nuestro país la ingestión doméstica de azúcar es elevada (y ha aumentado en el último año), el problema más serio proviene del altísimo consumo de productos industrializados, cuya demanda del dulce supera hoy en un millón de toneladas a la de hace diez años. Cada habitante toma anualmente unos 65 litros de refresco e ingiere cantidades desmesuradas de azúcar por día. Basta con pensar que un vaso de naranjada tiene cinco cucharaditas, una rebanada de pay de limón 12 y una paleta de dulce alrededor de 20. Para acercarse a los 25 gramos diarios recomendables nada mejor que eliminar pastelillos, dulces y refrescos y reducir, por lo menos a la mitad, la cantidad de azúcar en las recetas domésticas. Suplántela por frutas, compotas, queso y yogurt natural. Su organismo ganará en salud y el país podrá destinar a usos más productivos las divisas que hoy gasta en el azúcar.

(L.P.)

¿Qué son las proteínas y cuál es su calidad?

Gustavo Viniegra González

En la televisión, el radio, la prensa y en la plática cotidiana se habla de las proteínas y, a veces, los expertos discuten sobre su calidad. Pero pocas veces se divulga qué son esas famosas proteínas, para qué sirven y por qué es importante su calidad nutricional.

Por ejemplo, frecuentemente se dice que el mexicano es un pueblo mal nutrido porque sólo come maíz y casi no ingiere proteínas de buena calidad. Incluso los funcionarios públicos y los llamados expertos nutricionistas se quejan amargamente de nuestra dieta. Pero a veces se dan soluciones que son francamente incosteables. Se recomienda a la gente pobre que coma carne, huevo y leche, como si su presupuesto alcanzara para tamaños lujos. De ahí que en este artículo nos referimos a las famosas proteínas y calorías de modo de quitarles su misterio e informar al público consumidor.

Las calorías y las proteínas son dos ingredientes fundamentales de la dieta. Además, se necesitan los minerales, las vitaminas y ciertas grasas especiales.

Las calorías, o sea la energía en forma de alimentos, se encuentra en prácticamente todo lo que digerimos: las tortillas, la carne, las grasas, la leche, los frijoles, el pan, el azúcar, etc. En promedio, 100 gramos digeridos de alimento proporcionan de 300 a 400 kilocalorías. Por su parte, una kilocaloría (Kcal) es la energía necesaria para subirle un grado centígrado a un kilogramo (kg) de agua. Por ejemplo, 20 Kcal son la energía que puede calentar 1 kg de agua de 14 a 15°C.

Como cada adulto necesita un poco más de 2500 Kcal para sobrevivir, debe de comer más de 800 gramos de alimentos digeribles. En forma práctica, basta conocer la cantidad de alimentos digeribles, para poder estimar las calorías consumidas.

Por ejemplo: 500 g. de maíz, 50 g. de frijol, 100 g. de azúcar, 100 g. de aceite y 50 de carne (seca), suman 800 g. de alimento y proporcionan más de 2500 Kcal porque la grasa y el azúcar suministran bastantes calorías al ser humano.

En cuanto a las proteínas, son como los ladrillos que construyen el edificio del cuerpo humano. Esos ladrillos vienen en forma de unos ácidos llamados aminados o aminoácidos. El organismo necesita 10 aminoácidos, de los cuales los más escasos se llaman: lisina, triptofano, metionina y treonina. Basta que uno solo de esos aminoácidos se encuentre ausente o reducido en cantidad para que el cuerpo deje de funcionar adecuadamente; en particular, estas carencias afectan mucho a los niños en su desarrollo.

Afortunadamente la mezcla de unos cuantos alimentos puede dar una suficiente variedad y cantidad de aminoácidos. Al maíz, que proporciona la proteína más barata y abundante en la dieta popular, le falta un poco de lisina y triptofano. En cambio, el frijol carece de metionina. La mezcla de maíz y frijol es casi completa en esos aminoácidos y de ahí la importancia de ingerir el maíz con el frijol.

Entre los alimentos baratos que mejoran mucho la calidad de la proteína del maíz se encuentran, además del frijol, el cacahuate, el garbanzo, las habas, las lentejas, las semillas de calabaza y de alegría y las nueces. Además, hay que incluir la soya, que merece capítulo aparte.

En resumen, una dieta mínima requiere, primero, comer suficiente alimento (es decir 2500 Kcal), y luego hacer una mezcla de granos que genere proteínas de buena calidad; por ejemplo, frijoles, lentejas y cacahuates. Para lograr esa buena mezcla basta que por cada 500 g. de maíz, se consuman (en base seca) 50 g. de frijol, habas, lentejas o garbanzos y 50 g. de cacahuates, pepitas, alegría, nueces o soya.

Los consumidores seguramente podrán calcular el costo de esta dieta, frente a otra que use 100 g. diarios de carne además del maíz y el frijol y verán que la alternativa vegetariana es mucho más barata y fácil de conseguir. Un ejemplo: el Kg de cacahuate cuesta cerca de 100 pesos y sólo se necesitan 50 g. diarios (5.00 pesos). En cambio, el Kg de bisté sale más de 250 pesos y, por lo tanto, 100 g. valen $ 25.00. Queda pues en manos de los consumidores escoger una dieta al alcance de sus bolsillos.

Guarderías: sepa dónde están sus hijos

En la ciudad de México existen alrededor de 160 guarderías infantiles —tanto oficiales como privadas— que brindan una valiosa ayuda a las madres que trabajan, principalmente. Y dada la importancia que estos centros tienen en la formación y desarrollo de los niños, el INCO realizó un estudio a fin de conocer sus características cualitativas y cuantitativas.

El estudio también recabó la opinión de las madres que utilizan este servicio. Y detectó que, en las guarderías privadas, el 62 por ciento de las madres que lo demandan trabaja y el 38 por ciento estudia. De cada 100, 88 consideran que este lugar satisface plenamente las necesidades del menor; además 78 eligieron la guardería en función de la cercanía con su casa, centro de trabajo o escuela.

Entre las madres que utilizan las guarderías privadas, un 19 por ciento no está del todo satisfecha con el servicio —principalmente por la falta de preparación del personal— y un 26 por ciento opina que deberían existir más áreas de recreo.

En cuanto a las guarderías oficiales, se descubrió que el 100 por ciento de las madres que las utilizan lo hacen por razones de su trabajo. De cada 100, 89 consideran que satisfacen plenamente las necesidades del niño, el 97 por ciento tiene plena confianza en el personal; y de 100 madres entrevistadas 28 opinaron que faltan jardines y áreas de recreo, así como 25 no están satisfechas con las guarderías ya que preferirían atender personalmente a sus hijos.

En cuanto al personal que trabaja con los niños, se descubrió que en las guarderías privadas existe una persona para atender a un promedio de nueve niños, en tanto que las oficiales cuentan con una persona para cada seis infantes. El 76 por ciento de las guarderías privadas que se analizaron sí da capacitación teórica y práctica a su personal, así como el 93 por ciento de las oficiales.

Respecto de la cantidad de niños por guardería, se encontró que el 15 por ciento de las privadas atiende entre 20 y 40; el 23 por ciento entre 41 y 60; el 23 por ciento entre 61 y 80 y el 38 por ciento a más de 81. El 30 por ciento de las guarderías oficiales, por su parte, recibe entre 100 y 150 niños; entre 151 y 200 el 38 por ciento; entre 201 y 250 el 15 por ciento y otro tanto —15 por ciento— atiende a más de 250 pequeños.

Los principales servicios que ofrecen las guarderías privadas son: alimentación, cuidado de los niños, enseñanza, desarrollo psicomotor, desarrollo de habilidades y autocuidado y servicios médicos (pediatra y dentista). Las oficiales brindan fundamentalmente alimentación, cuidado de los niños, educación y servicios médicos.

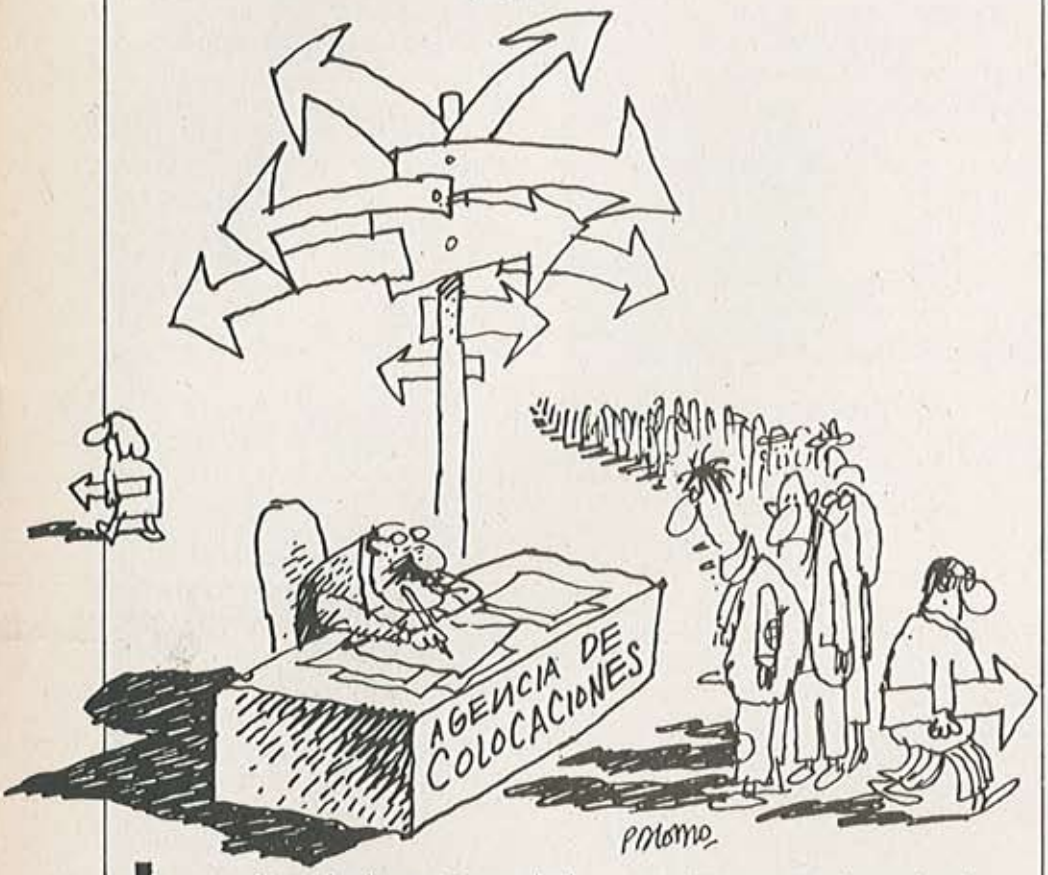
Cabe señalar, sin embargo, que mientras la mayoría de las guarderías oficiales cuentan con médico y enfermera de guardia, en las privadas el pediatra hace dos o tres visitas a la semana o en casos de emergencia. Además, las guarderías oficiales determinan la selección de los alimentos con base en la opinión de dietistas y nutriólogos, en tanto que las privadas preparan menús caseros, generalmente.

[Información: Subdirección Técnica, INCO]

Recomendaciones

- Al elegir una guardería hay que considerar la más apta para educar, orientar, cuidar y alimentar a los niños, antes que la más cómoda para los padres.
- **Es importante procurar compensar el tiempo durante el cual el menor está separado del vínculo familiar a fin de no perder la identificación entre padres e hijos.**
- Es bueno mantener una estrecha comunicación con las personas que atienden a los niños para estar al tanto del desarrollo del niño y de eventuales problemas que pudieran presentarse.
- **Hay que recordar que no es el costo lo que da calidad y confiabilidad a estas instituciones, sino sus instalaciones y, fundamentalmente, su personal, por lo que conviene estar atentos a estos rubros.**
- Si piensa inscribir a sus hijos en una guardería, conozca anticipadamente la documentación necesaria y procure tenerla a tiempo.

Agencias de empleo: una ley que las coloca en su lugar



Las siete de la mañana, la compra inmediata del periódico, la búsqueda presurosa de los anuncios clasificados. Después, la llamada telefónica y con ella una nueva esperanza de encontrar trabajo.

Alberto Alvarez y su esposa son dos de las muchas víctimas del desempleo en la Ciudad de México. Procedentes de Valle de Bravo, relatan su amarga experiencia en pos de trabajo por medio de las agencias de colocación: **"Desde hace dos meses hemos tratado de colocarnos como sirvientes, pero en los lugares a donde nos han mandado las agencias todo ha sido malos tratos y poco sueldo. Por suerte que no nos han cobrado dinero, aunque, eso sí, siempre nos han engañado".**

En el Distrito Federal, donde según datos de la Secretaría de Programación y Presupuesto existen más de tres millones de personas desempleadas o subocupadas, las 250 agencias de colocación en funcionamiento podrían ser una alternativa para emplear a los desocupados de acuerdo con sus aptitudes. Sin embargo, en muchas ocasiones sólo proporcionan desengaños.

Existen tres tipos de agencias de colocación: de reclutamiento de ejecutivos de alto nivel y empresas trasnacionales, de personal a nivel secretarial, ejecutivo y profesional —afiliadas a la Asociación Mexicana de Empresas de Selección de Personal— y de personal doméstico. Y son estas últimas las que más dolores de cabeza aportan a empleados y empleadores.

En 1982 la Procuraduría Federal del Consumidor recibió 61 denuncias por irregularidades en el servicio ofrecido por las agencias de colocación. De estas quejas, 42 (69 por ciento) fueron contra agencias de personal doméstico, todas ellas por incumplimiento de contrato.

Según la profesora Eva Soto, propietaria de la agencia Consultores y Asesores en Personal, dedicada a colocar empleados domésticos, **"en el 95 por ciento de las agencias afilian al personal sin verificar sus datos y así los mandan a trabajar".** Agrega que en ocasiones los propietarios de algunas agencias hacen la contratación del personal en la calle, en el metro o en cualquier cafetería y sin averiguar más los ponen a laborar, **"lo que implica un riesgo para el cliente".**

Actualmente en el Distrito Federal hay aproximadamente de 70 a 80 agencias de personal doméstico, abiertas en su mayoría —opina la profesora Soto— porque es un medio de ganar dinero fácil. **"Lo que no saben es que en este negocio no se debe de improvisar ni jugar con el que paga ni con el que tiene la necesidad de trabajar para mantener a su familia",** enfatiza.

Añade que es normal que las agencias se anuncien en los periódicos para reclutar personal y en muchos de esos casos no se proporcionan más datos que el número telefónico y la actividad para la que se requiere al trabajador, **"pero en realidad son anuncios fraudalentos, les prometen un empleo y les dan otro, así el trabajador abandona la ocupación inmediatamente y desde luego la agencia no manda un 'repuesto' al contratante. La cosa es cobrar la comisión",** dice.

Para poner fin a estas y otras irregularidades que se han generado durante años, desde el 24 de noviembre de 1982 entró en vigor un nuevo Reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores, que, en primer lugar, estipula que **el servicio será gratuito para los trabajadores,** disposición que deberá indicarse en todas las agencias en un sitio visible. Esto pondrá fin a una

AGENCIA DE COLOCACIONES ACAPULCO
PERSONAL DOMESTICO
PARA RESIDENCIAS, OFICINAS, HOTELES Y RESTAURANTES
ATENCION INMEDIATA:
COCINERAS, RECAMARERAS, NANAS, PERSONAL ESPECIALIZADO EN EL CUIDADO DE NIÑOS Y ENFERMOS
MATRIMONIOS; CHOFERES, MESERAS, MOZOS, ETC.
SOMOS ESPECIALISTAS EN PERSONAL AL EXTRANJERO
Servicio 286-22-30
A Domicilio 286-22-50

práctica usual, consistente en cobrar cuotas a los aspirantes so pretexto de realizar una investigación o como tarifa para incluirlos en boletines o tomarles foto de identidad, sin ninguna garantía de que por ello sean contratados.

Asimismo el nuevo reglamento establece que **se deberá dar preferencia a quienes representen la única fuente de ingresos para su familia,** sin hacer distinciones por motivo de raza, sexo, edad, estado civil, religión o nivel socioeconómico.

Otro punto importante es la estricta **prohibición a las agencias de "intervenir en la contratación de personal extranjero destinado para presentar sus servicios en México, o de mexicanos para que trabajen en el extranjero",** actividad que con frecuencia realizaban cierto tipo de agencias en nuestro país.

También se impone el requisito de que la publicidad de estos negocios sea veraz, ya que en algunos casos se engaña al solicitante proponiéndole salarios o condiciones de trabajo muy lejanos a la realidad.

La comisión que percibirán las agencias de colocación por sus servicios será fijada por la Secretaría del Trabajo y dada a conocer a través de la Dirección del Empleo de la Unidad Coordinadora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento (UCECA) y no podrá ser descontada del salario del trabajador.

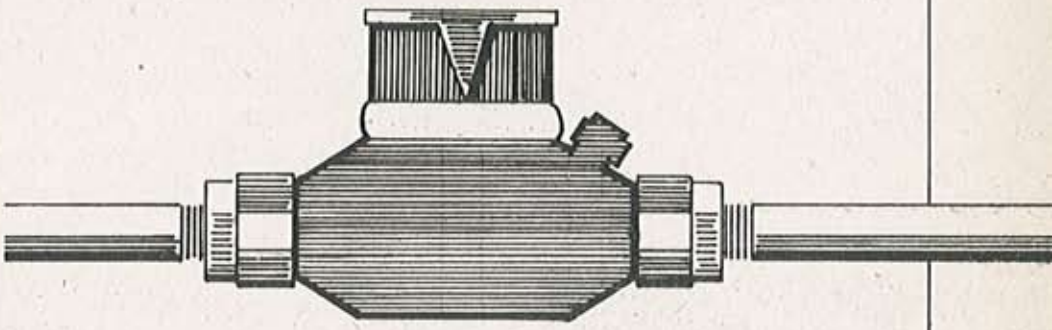
(Humberto Calderón, Abigail Cervantes)

Agua pasa por mi casa

Si en verdad las cosas se aprecian más cuanto más alto es su precio, el agua tendrá que empezar a ocupar el lugar primordial que le hemos negado hasta ahora. Pues aunque ahora su costo no llega a niveles prohibitivos, sí ha resentido un aumento que tal vez haga pensar dos veces a los despilfarradores antes de dejar abierta una llave.

Por esto, pero sobre todo por la necesidad de evitar al máximo cualquier desperdicio del líquido, es necesario saber cuánta agua consumimos y cómo nos la cobran.

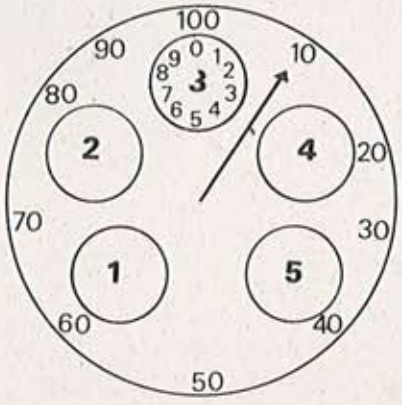
En la ciudad de México es la Tesorería del D.F. el organismo encargado de efectuar el cobro por este servicio, que se realiza de dos maneras: por cuota fija (cuando los usuarios no tienen medidor, por lo que el costo va de acuerdo al diámetro del tubo de entrada) y con medidor, que siempre está colocado en la toma de agua de la casa o edificio y permite leer el consumo del líquido.

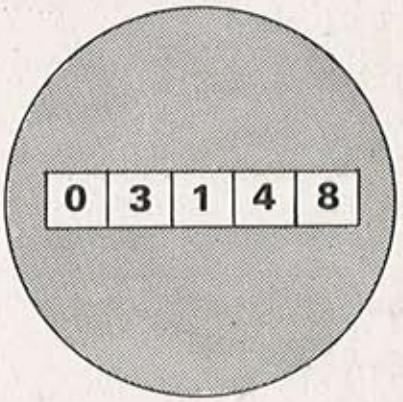


¿Cómo se leen los medidores?

Los hay de dos tipos: los de carátulas y los de números. Llamémosles medidores tipo "A" y tipo "B".

El medidor tipo A consta de una carátula grande que incluye cinco pequeñas en su interior; cada una con su respectiva manecilla.





La manecilla 1 (abajo a mano izquierda) marca millares de metros cúbicos.

La manecilla 2 marca centenas de metros cúbicos.

La manecilla 3 marca decenas de metros cúbicos.

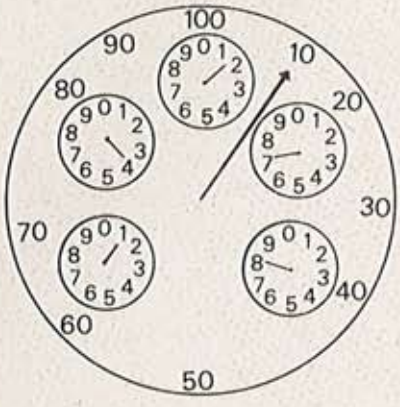
La manecilla 4 marca unidades de metros cúbicos.

La manecilla 5 marca centenas de litros.

La manecilla grande marca decenas de litros.

Para leer la cifra total se toma el número indicado o rebasado por la manecilla en cada carátula.

Ejemplo:



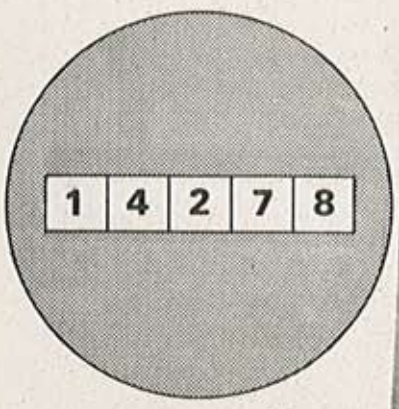
Manecilla 1 1
Manecilla 2 400
Manecilla 3 20
Manecilla 4 7
Manecilla 5 8
Manecilla grande 1

La cantidad de lectura es: 1427.81 metros cúbicos. Puede leerse también como 1,427,810 litros.

El cobro se hace cada dos meses, por lo que al siguiente bimestre deberá restarse la nueva cifra de la lectura anterior para conocer el consumo de ese período.

Los medidores tipo B son más sencillos de leer, pues están formados por una carátula con cinco espacios en su interior, cada uno con un número: los primeros cuatro marcan los metros cúbicos y el quinto indica litros.

Ejemplo:



En ambos tipos de medidores cuando el marcador llega a 9999 se inicia de nuevo la numeración.

¿Cuánto debe pagarse?

Para saberlo sólo hay que aplicar la tarifa vigente al consumo de cada bimestre. A partir del bimestre marzo-abril de este año entran en vigor las nuevas cuotas que se indican a continuación.

Tarifa para instalaciones con medidor

Límite inferior (m^3)	Límite superior (m^3)	Cuota fija	Cuota para aplicarse sobre los m^3 que excedan el límite inferior.
De 0	a 40	$ 280.00	—
De 40.001	a 60	280.00	$ 12.00
De 60.001	a 90	520.00	18.00
De 90.001	en adelante	1,060.00	24.00

En otras palabras, si usted tiene un consumo bimestral de 40 metros cúbicos o menos, deberá pagar 280 pesos; si es de 41 metros cúbicos deberá pagar 280 pesos por los primeros 40 metros y 12 pesos más por el metro cúbico restante. Y si el consumo fue de 63 metros cúbicos, deberá pagar 574 pesos (520 por los primeros 60 y 54 pesos por los otros tres metros cúbicos).

Tarifa para instalaciones sin medidor

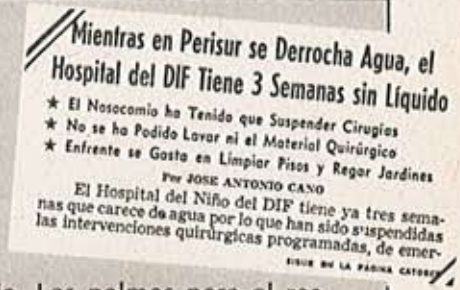
Diámetro del tubo de entrada (en milímetros)	Pago bimestral
Hasta 13 mm	$ 600.00
Hasta 19 mm	15,000.00
Hasta 26 mm	29,500.00

Para conocer el cobro en tuberías de diámetro mayor, puede consultarse el Diario Oficial del 31 de diciembre de 1982.

(Información: Marco Arroyo y D.D.F.)

Y hablando de ahorro y dispendio...

Un chiflido y una fanfarria. Las palmas para el **restaurante Vips** por ayudar a contener el despilfarro del vital líquido. La rechifla para **Perisur,** por una información aparecida en un diario capitalino y que no requiere comentarios.



Mientras en Perisur se Derrocha Agua, el Hospital del DIF Tiene 3 Semanas sin Líquido

★ El Nosocomio ha Tenido que Suspender Cirugías
★ No se ha Podido Lavar ni el Material Quirúrgico
★ Enfrente se Gasta en Limpiar Pisos y Regar Jardines

Por JOSE ANTONIO CANO

El Hospital del Niño del DIF tiene ya tres semanas que carece de agua por lo que han sido suspendidas las intervenciones quirúrgicas programadas, de emer-

SIGUE EN LA PÁGINA CATORCE

¿Por qué se clausuran comercios?

900 locales clausurados en todo el país en los primeros 60 días del año, 90 millones de pesos en sanciones. Todo esto como resultado de las actividades de vigilancia a proveedores de bienes y servicios realizadas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) en coordinación con la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC) y el Instituto Nacional del Consumidor (INCO).

Tan sólo en los primeros 10 días de marzo se cerraron 200 negocios y se aplicaron multas por 20 millones de pesos, principalmente a panaderías, expendios de huevo, pescaderías y tiendas de abarrotes por violaciones a precios oficiales, alteración de peso y alzas injustificadas.

¿Cómo se trabaja en el interior de la SECOFI para combatir las irregularidades que se cometen en los diversos giros comerciales del país? Entrevistado el ingeniero Antonio Francisco Lagos Martínez, director de Inspección y Vigilancia de esta dependencia, disipa algunas interrogantes:

— ¿Cuál es la tarea diaria y concreta de la Dirección a su cargo?

— El objetivo es vigilar que se cumpla con los ordenamientos vigentes en materia de precios, normas y protección al consumidor; así como llevar a cabo algunas acciones preventivas y correctivas. Preventivas antes de que se produzcan graves irregularidades en el mercado; para esto se llevan a cabo algunos muestreos de producción y abasto en diferentes canales de comercialización de bienes y servicios, lo que permite saber hacia dónde dirigir las actividades de inspección, ya sea que se trate de determinados productos, giros o zonas.

— ¿Cuántas personas están trabajando en la inspección y vigilancia y qué capacitación tienen?

— Son aproximadamente tres mil personas en el Distrito Federal y seis mil en el interior de la República. En cuanto a su capacitación, es política de la Secretaría contratar estudiantes o pasantes de carreras profesionales para que trabajen o presten sus servicio social como inspectores. Aquí se les capacita a su ingreso y se les da instrucción diaria en forma directa o a través de los servicios de supervisión que tenemos.

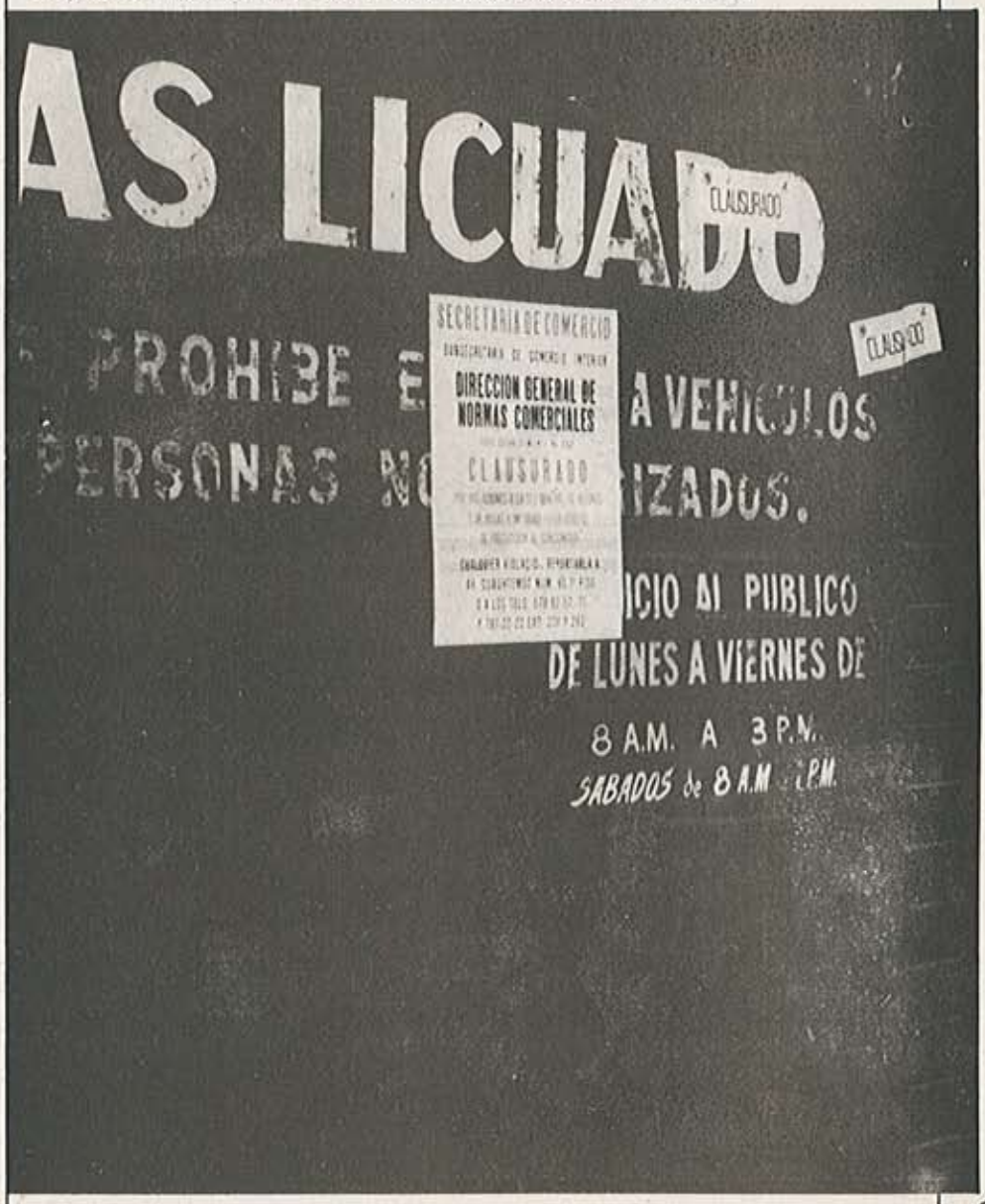
— ¿Cuántas clausuras se efectúan regularmente al mes?

— En promedio, 500. En los meses de enero y febrero se realizaron aproximadamente 600 clausuras en el interior del país y 400 en el D.F.

— ¿Qué giros se clausura principalmente y en que época del año se registran más estos casos?

— No se puede hablar de algún giro en especial. Hay temporadas en las que se presentan irregularidades con determinado producto o en la presentación de un servicio, pero no duran todo el año. Por ejemplo, en época de Cuaresma se tiene problemas con el control

Los primeros dos meses del año la Secofi clausuró 900 establecimientos.



del precio o peso del pescado. En el INCO se tiene un calendario de fechas consumistas que casi van al parejo de los problemas que tiene la Secretaría en esta acción. El número de clausuras por lo regular es el mismo todo el año, pero con diferentes productos, giros o servicios.

— ¿Qué significan estas clausuras?

— Dentro de los instrumentos que tiene el Estado para regularizar la producción y la comercialización de bienes y servicios, están algunas medidas de tipo coercitivo. Las clausuras son una sanción para aquellas personas físicas o morales que no respetan las disposiciones. Desgraciadamente en todas las épocas han existido comerciantes que operan irregularmente y el Estado toma medidas en contra de ellos.

— ¿Sirven las clausuras para evitar la reincidencia de los comerciantes?

— Si una multa económica es buen remedio, una clausura tiene efecto inmediato. Pero para esto están muy bien estudiadas las actas. En una sanción interfieren elementos de reincidencia, antecedentes del establecimiento. El mismo comerciante se da cuenta de la forma en que lo afecta una sanción. Desafortunadamente sí hay algunos reincidentes, pero son los menos. Para evitar todas estas anomalías se realizan diariamente inspecciones, sobre todo en los centros de abasto y en las cadenas comerciales y de autoservicio, ya que las transgresiones son principalmente por violaciones a precios oficiales y falta de peso en las cantidades requeridas.

— ¿Qué penalidades existen y en qué casos se aplican?

— Estamos facultados para imponer sanciones hasta por 500 mil pesos, clausuras temporales hasta por 90 días, clausuras definitivas y arrestos administrativos hasta por 36 horas. Las más frecuentes son las sanciones económicas y las clausuras temporales, aunque no en los montos máximos. Todo esto depende del tipo de violación, de su gravedad, de los antecedentes del establecimiento o la persona que los cometió. No nos fijamos en el monto de lo que manejan, sino en la repercusión que esto tiene en el consumidor. Por supuesto que un negocio más grande le vende a más consumidores, por lo tanto la culpa es mayor. Repito que afortunadamente la Secretaría, al imponer multas y clausuras, ha logrado resolver los problemas que se han presentado, cuidando siempre que estas medidas no repercutan en el consumidor por falta de abasto. Cuando se clausura algún comercio o empresa, por lo regular hay otro en la zona que lo sustituye. Cuando se trata de una bodega se hace una requisa para comprar los productos allí almacenados y ponerlos a disposición del público a través de CONASUPO.

— ¿En la Dirección a su cargo se atienden quejas presentadas directamente por los consumidores?

— Hasta el año pasado recibimos un promedio de cuatro mil quejas

Todos los establecimientos están sujetos al cierre temporal si alteran los precios o las normas comerciales vigentes.

Hasta por 90 dias pueden permanecer cerrados los comercios que abusen del consumidor.

mensuales. Este año aumentó a siete mil, y tenemos capacidad para atenderlas en un lapso máximo de 48 horas. Sin embargo, para una mejor atención al público, el canal adecuado que recomendamos utilizar es el de la Dirección de Orientación y Protección al Consumidor, ya sea por vía telefónica o por escrito. Cuando es un problema concreto lo atienden para resolverlo en forma inmediata; si es un problema generalizado nos lo envían a nosotros para que lo ataquemos, ya sea en las empresas productoras o distribuidoras. Hay algunas quejas que no están injustificadas pero adolecen de falta de información a nivel consumidor; entonces se cree que no se atienden correctamente.

— ¿Cómo es el consumidor mexicano, hace valer sus derechos o se rige por el "ahí se va"?

— Cada vez se está obteniendo una mayor respuesta de los consumidores que ya están dejando su actitud pasiva; al mismo tiempo se han puesto a su disposición más canales de comunicación con nosotros para atender sus quejas. Ojalá esta actitud de los consumidores continúe y sea creciente, no sólo para formular quejas sino para que intervengan en forma directa en la creación de grupos de consumidores.

— ¿Cuentan con otros mecanismos para detectar anomalías en el comercio?

— La Secretaría ha reforzado sus actividades de inspección, de orientación y de comunicación al consumidor. Dentro de estas actividades juegan especial papel el INCO, la PFC y las direcciones de Normas, Orientación y Protección al Consumidor y de Inspección y Vigilancia.

— ¿Qué le diría al consumidor escéptico que piensa "de 10 casos que atiende un inspector, ocho se resuelven con mordida"?

— Le pediría que no pensara así porque se está haciendo un gran esfuerzo por vigilar que se cumplan las disposiciones y para abastecerlos de productos básicos a menor precio. Tenemos muy buenos inspectores, desafortunadamente nos hemos dado cuenta por quejas de consumidores, de comerciantes y especialmente de nuestros servicios de supervisión, que han existido algunos malos elementos contra quienes se ha procedido separándolos del trabajo o haciendo la denuncia correspondiente para que se llegara a una investigación más profunda y se aplicara una sanción más estricta.

(Humberto Calderón)

Televisión: y llegó la austeridad

Programas de escasa calidad, exhibición abrumadora de películas extranjeras, esporádica transmisión de emisiones culturales y un alud interminable de anuncios publicitarios, son los rasgos característicos de la televisión mexicana desde principios de 1983.

Algunos de estos fenómenos no son nuevos: desde años atrás se vienen repitiendo invariablemente, pero ahora se acompañan de limitaciones motivadas por la crisis económica del país, como la supresión de series extranjeras, poca producción nacional y recorte en las horas de programación.

Tras poco más de tres décadas de haberse establecido este medio en México y según datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la República cuenta con 89 canales de televisión, incluidos los que operan como repetidoras y los seis que transmiten desde la capital; emiten cerca de 800 horas diarias y llegan a 4 millones 900 mil hogares aproximadamente, equivalentes a casi 26 millones de personas.

Esa misma dependencia señala que el Canal 2 cuenta con 53 canales y repetidoras en todo el país y con un auditorio potencial de 25 millones de personas; el 5 aparece con una audiencia posible de 9 millones de personas, al igual que el Canal 8. A su vez, el Canal 13 cubre el país con 27 repetidoras y retransmisoras que reparten la señal en 3 millones 800 mil hogares. De los canales 4 y 11 no se consignan datos.

Debido a la crisis económica del país, en los últimos meses la programación televisiva ha sufrido cambios, siendo notoria la reducción de programas en "vivo" y de manufactura nacional, con el simultáneo incremento de filmes extranjeros.

Asimismo, a partir del mes de noviembre la empresa Televisa redujo las horas diarias de programación en sus cuatro canales; igual sucedió con la emisora estatal y el canal del IPN.

Anteriormente el Canal 2 transmitía las 24 horas del día y los Canales 4, 5 y 8 cerca de 16 horas

diarias cada uno. Por su parte, el Canal 13 se mantenía en el aire casi 19 horas y el Canal 11 sobrepasaba las 14 horas.

Hoy el panorama ha cambiado: el pasado martes 23 de marzo, el Canal 2 transmitió 19 horas, de las cuales 2 correspondieron a una película extranjera y otras dos a una nacional. Asimismo, 5 horas y media se dedicaron a información, 3 a telecomedias, media hora al programa de "Los pitufos" y el resto—9 horas y 5 minutos—a programas de variedades y musicales producidos en el país. Y sólo una hora de programación cultural, donde se presentó un concierto de la Orquesta Filarmónica de las Américas.

En tanto, el Canal 4, tras de presentar en su programación matutina las emisiones de Telesecundaria, elaboradas por la SEP, estuvo en el aire 8 horas, de las cuales 6 fueron ocupadas por cintas extranjeras y 2 por la emisión de un partido de futbol.

El Canal 5 transmitió ese día, de las 8 de la mañana a las 3 de la tarde, "Cátedras Universitarias" e "Introducción a la Universidad" —coproducción de Televisa y la UNAM. Y de las 15 a las 24:30 horas —9 horas y media— se transmitieron exclusivamente series extranjeras, 5 horas de caricaturas y 4 de programas policiacos. La única producción nacional fue el noticiario "En contacto directo", con media hora de duración.

Como es notorio, predominan las películas, sobre todo las extranjeras. Al respecto, Emilio García Riera, crítico de cine, afirma: **"yo veo mucho cine por televisión, aunque debo decir que la calidad de algunas películas es ínfima, aunado a la repetición. Una falla notable es la mala presentación que de ellas se hace".**

Ante el predominio de la producción extranjera, el señor Manuel Morales de la Parra, gerente de programación de Canal 13, señala: **"según normas de la Secretaría de Gobernación, el 75 por ciento de la transmisión de un canal debe de ser producción nacional y el resto extranjera. Cabe decir que algunos concesionarios han dejado de adquirir series extranjeras debido a la falta de divisas y están utilizando únicamente lo que tienen en sus archivos".**

También anota que la actual programación del canal del Ajusco es de mantenimiento, pues para el mes de mayo se espera ya tener lista la nueva programación, donde se impulsarán las series "en vivo" y nacionales.

En este sentido, Dolores Esquivel, de la Unidad de Televisión Educativa y Cultural de la SEP subraya que en una investigación realizada en la última semana de noviembre del año pasado se encontró que los canales 2, 5 y 8 transmitieron únicamente 16 horas diarias de producción nacional en conjunto. En el mismo renglón el Canal 13 emitió 9 horas diarias y el 11 sólo 6 horas.

Y en cuanto a los problemas de la televisión mexicana, ilustrativas son las palabras de Juan Manuel Sánchez Garay, productor del Canal 13: **"anteriormente era más barato adquirir una serie extranjera que producir en el país. Por ejemplo, la producción inglesa 'Yo, Claudio' se compró en medio millón de pesos; en cambio el teleteatro nacional 'Leona Vicario' costó millones de pesos".**

Otra situación que señala Sánchez Garay es que cuando se filman programas con artistas populares y espontáneos, con fines culturales, **"hay que desembolsar aproximadamente medio millón de pesos por desplazamiento a los sindicatos de actores y músicos, porque se supone que se está ocupando una fuente de trabajo de estas agrupaciones y por lo tanto hay que indemnizarlos. A mí me parece una irregularidad, pues si la exhibición se va a realizar por una televisora estatal, sin afán de lucro, ¿por qué pagar esa cantidad?"**

Y subraya el productor de Canal 13: **"ahora que la adquisición de series extranjeras es imposible por la falta de divisas y por el alto costo del dólar, necesariamente se tiene que acrecentar la producción nacional, lo que me parece bien. Y no debemos de caer en el error de vender tiempo, como ha sucedido con cierta empresa de bebidas alcohólicas, a la cual se le alquila determinado espacio televisivo y puede transmitir lo que quiera. No puede ser que el manejo de la programación pase a manos de las empresas".**

Asimismo, escasa ha sido la utilización del 12.5 por ciento del total de la programación que le pertenece al Estado por ley, pues como las mismas autoridades señalaron en 1974, lo que no ha variado en la actualidad: ese año, de 19 776 minutos que le correspondían al Estado, el Canal 2 sólo entregó 5 828. El Canal 4, de un total de 13 104 minutos, transmitió solamente 1 301 minutos de programas estatales. El Canal 5, de 16 640 minutos, sólo pasó 3 061. El Canal 8, de 14 424 minutos, únicamente emitió 1 683.

Sin embargo, para subsanar esta anomalía, a fines de marzo el gobierno anunció el Plan Nacional de Comunicación Social; donde se puntualiza sobre la necesaria racionalización del uso de las instalaciones y equipos del Estado en materia de medios de comunicación; la utilización del 12.5 por ciento del tiempo total de programación en radio y televisión, con 30 minutos adicionales al día y la promoción del arte, la cultura y la educación.

Asimismo se subraya que inicialmente se elaborarán programas de radio y televisión; además, se reordenarán estructuras y funciones de los canales 11 y 13, y habrá un plan de películas culturales, sin fines comerciales.

Y ante estos acontecimientos, ¿el consumidor qué debe hacer? En este sentido son muy valiosos los comentarios de Sánchez Garay: **"el televidente debe de tener criterio al ver la televisión, opinar ya sea por carta o por teléfono, que diga qué programa quiere ver, qué le molesta, qué desearía que se produjera. Lo importante es que participe de alguna manera no acepte pasivamente todo lo transmitido por la televisión".**

(Wenceslao Huerta)

El que exagera, miente

¿Son o no engañosas para el consumidor las exageraciones en publicidad?

Teóricos e investigadores norteamericanos de la publicidad y mercadotecnia han iniciado un debate al respecto. Pues frases como **"el automóvil más sólido del mundo"** o **"ingeniería única en su tipo"**, textos que mediante el uso de superlativos dan a entender que el auto cambiará la vida del poseedor o sus relaciones sociales, e imágenes que muestran un automóvil flotando entre las nubes o circulando por el fondo del mar, son utilizados sin restricciones de ningún tipo pese a expresar afirmaciones falsas o, en todo caso, difíciles de demostrar.

El debate surge porque la ley er Estados Unidos permite las exage raciones —aunque no necesa riamente sean ciertas— cuando no llevan a los consumidores "razonables" a confiar en ellas para tomar una decisión de compra.

Al respecto, una investigación publicada por la American Marketing Association no encontró diferencias significativas en la atención que los lectores ponen a los anuncios de automóviles con publicidad exagerada y a los que no contienen exageraciones; pero no demuestra nada en cuanto a la decisión de compra que ambos estilos publicitarios provocan.

Ivan Preston, por su parte, presentó en "The Great American Blow-up" un razonamiento mediante el cual demuestra que los consumidores creen en las exageraciones y que éstas influyen en sus decisiones de compra, por lo que deben considerarse parte de una publicidad engañosa.

En 1978, otro investigador norteamericano, de apellido Shimp, encontró que de una afirmación incompleta el público sacaba conclusiones más allá del contenido, y que, por lo tanto, podía ser engañado. Asimismo, un estudio realizado por Rotfeld descubrió que las exageraciones podían ser creídas de igual manera que las afirmaciones reales, y concluye que la publicidad exagerada tiene mayor potencial para engañar a los consumidores que las afirmaciones relacionadas con hechos.

Pero más allá de investigaciones y experimentos, es importante exigir —al menos en México— una publicidad fundamentada en textos e imágenes veraces, despojada de adjetivos difíciles de demostrar. Y en nuestro país la ley al respecto sí es clara; basta recordar el artículo 5 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que menciona: **"Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios informar veraz y suficientemente al consumidor. Se prohíbe, en consecuencia, la publicidad, las leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes, usos, características y propiedades de toda clase de productos o servicios".**

Estos anteojos están muy oscuros

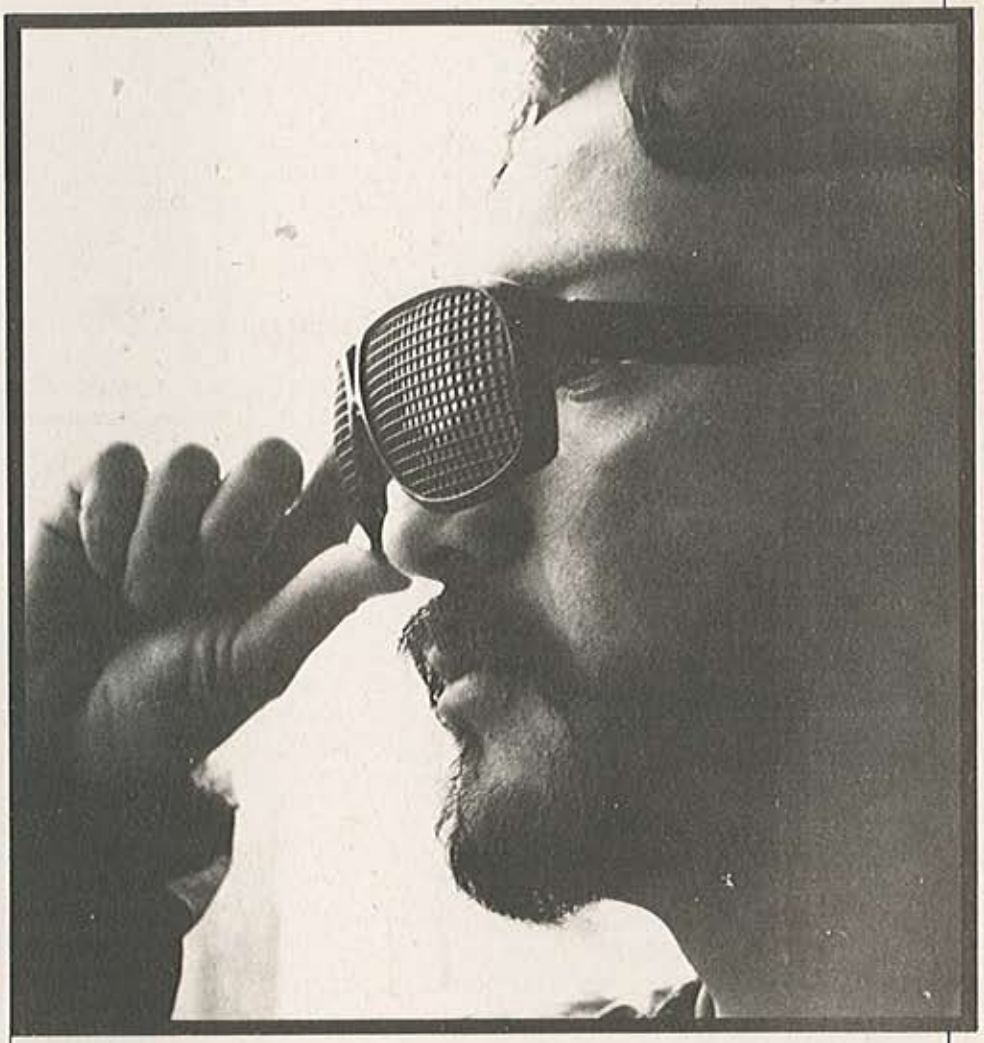
En un principio se anunciaban como la maravilla para quienes padecieran miopía, astigmatismo, presbicia, estrabismo, hipermetropía y hasta cataratas; sin embargo, al no demostrar lo anterior, la Secretaría de Comercio obligó a modificar los términos de la publicidad de los anteojos de rejilla, inventados en 1972 por el señor Miguel Salia Muñoz.

Hoy, simplemente se anuncian como Rejilla Optica Salia, mencionan el precio, lugar de venta y países donde han registrado su patente, pero sus alcances y beneficios reales no quedan claros.

El doctor Agustín Pasapera, de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, afirma: **"los lentes de rejilla no son ninguna innovación, no constituyen ningún descubrimiento, pues ya desde el siglo pasado se conoce el principio bajo el cual operan: el agujero estenopeico. Empero, alguna persona multiplicó este agujero estenopeico al cuadricular perfectamente un lente oscuro y permitir que por esos orificios pasaran los rayos principales emitidos por los objetos".**

A su vez, el optometrista Abel Jiménez, del Instituto de Seguridad Social al Servicio de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), explica que el agujero estenopeico es un pequeño orificio sobre una superficie opaca y que al ser colocado ante el ojo, elimina los rayos luminosos accesorios y permite que pasen únicamente los rayos que van a estimular la porción más sensible de la retina (la llamada parte macular), donde los estímulos son capaces de dar la visión fina del ojo, por lo que se produce un mejoramiento de la visión

Por su parte, el oftalmólogo José Antonio Martínez, del Instituto Politécnico Nacional, observa que el estenopeico dará resultado siempre y cuando los medios del ojo se encuentren transparentes. Es decir, que la córnea y el cristalino estén transparentes y que el vitro y el acuoso no tengan ningún tipo de lesión. Asimismo, la retina —a nivel macular— no debe de estar lesionada. En caso de que la córnea tenga una cicatriz, el cristalino se encuentre opaco, haya cataratas o el vitro se presente turbio por algún padecimiento, los rayos del objeto no van a pasar y el estenopeico no permitirá una mejor visión.



"Estamos de acuerdo en que un individuo que utiliza los lentes de rejilla mejora su visión —acota el doctor Pasapera— **pero es muy aventurado afirmar que con estos lentes se pueden aliviar afecciones orgánicas tan importantes como lo puede ser el estrabismo: no hay ningún fundamento de que un estrabismo pueda mejorar por el solo uso de los lentes de rejilla. Y si esto decimos de un estrabismo, qué podemos decir de unas cataratas, así como de un cristalino opaco".**

Agrega que la persona miope que use los lentes de rejilla no observará mejora en el padecimiento orgánico, aunque sí verá mejor, pues los cristales que corrigen este vicio de refracción están basados en el principio del estenopeico.

¿Los lentes de rejilla sustituyen de alguna manera a los lentes de cristales? **"No, en ninguna forma** —contesta el doctor Pasapera— **porque los lentes de rejilla tienen un cuadriculado estándar, mientras que los cristales son graduados individualmente y por lo tanto están adaptados a las necesidades personales de cada uno".**

Y por el contrario, señala el optometrista Abel Cortés, si la persona que padece de glaucoma, de afecciones posteriores en el ojo, o de alteraciones en la retina y el nervio óptico, al enterarse de las supuestas maravillas de los lentes de rejilla se decide a usarlos, va a ser contraproducente. Por ejemplo, en el caso de que padezca glaucoma tiene que estar bajo constante y estricta vigilancia médica y si se desatiende por usar los lentes de rejilla, quizá llegue a padecer trastornos muy serios que pueden llevar hasta la pérdida total de la visión.

Generalmente las personas que usan los lentes de rejilla lo hacen por consejo de conocidos, como es el caso de Héctor Cervantes, estudiante de medicina, quien señala: **"un amigo de mi familia los utiliza y me ha dicho que ve bien y no siente ninguna molestia. Yo padezco de miopía y en seis meses que los he usado me he sentido bien. No, no he ido al médico".** Por su parte, Graciela Orozco, empleada de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, explica que piensa adquirir los lentes de rejilla porque una amiga se los recomendó **"como mejores que los lentes de cristales".**

Finalmente, el doctor Pasapera, tras señalar que los lentes de rejilla no han sido avalados por ninguna sociedad médica, recomienda a los consumidores que cuando se tenga algún padecimiento visual, lo más pertinente es que se consulte con un oftalmólogo, quien es en última instancia el que podrá decidir el tipo de tratamiento, de acuerdo con el defecto que se padezca.

[Wenceslao Huerta]

Las diarreas infantiles florecen en primavera

Durante la época de calor los niños atendidos por diarreas infecciosas en el Instituto Nacional de Pediatría suman alrededor de 60 diarios, en tanto que normalmente se reciben de 25 a 30. Lo anterior fue manifestado por el doctor José Luis Arredondo —infectólogo pediatra del INP— a propósito de los virus, bacterias y parásitos que suelen llegar con el calor.

El galeno aclara que el aumento de la temperatura facilita la contaminación de los alimentos y dificulta la práctica de ciertas medidas higiénicas al escasear el agua. **"Por ejemplo** —precisa— **mucha gente no se lava las manos después de ir al baño aun cuando la vía de infección más común es la de ano-manos-boca".**

Los síntomas que generalmente presentan los niños atacados por virus, bacterias o parásitos son fiebre, vómito, dolor abdominal e incremento en la cantidad de evacuaciones aunque con menor consistencia.

En estos casos la deshidratación es el principal riesgo; estadísticas de la SSA apuntan que anualmente mueren cerca de 50 mil niños en el país por esta causa.

La deshidratación se puede detectar cuando hay disminución en la orina, resequedad en la lengua y en la boca, ojos y "mollera" hundidos, principalmente. Para evitarla es importante reponer el líquido perdido; el doctor Arredondo recomienda proporcionarle al niño agua hervida con sal y azúcar, en dosis de dos cucharadas soperas de azúcar y media cucharadita de sal por cada litro de agua; **"debe dársele toda la cantidad que el niño solicite",** sostiene.

El médico agrega que hay que evitar que el niño coma alimentos irritantes y laxantes, y que es necesario cuidar su temperatura, ya sea destapándolo o mediante la administración de algún medicamento que controle la fiebre. **"En caso de continuar los síntomas hay que asistir al centro de salud más cercano".**

Pero lo más importante es prevenir —sobre todo en la época de calor— estas enfermedades. Para ello, el doctor Arredondo recomienda **"en primer lugar, evitar la ingestión de líquidos y alimentos preparados bajo medidas higiénicas desconocidas (tacos, aguas frescas, licuados y todo tipo de antojitos callejeros); también es preciso preparar nuestros alimentos con mucha limpieza —lavar con agua y jabón lo que se coma crudo—; y, por último, lavarnos las manos perfectamente después de ir al baño y antes de cada comida."**

(Marco Arroyo)

Frente a la escasez, dentífricos caseros

Si de verdad la blanca sonrisa, el aliento confiable o los dientes sanos y fuertes dependieran de las pastas dentales, ahora que estos productos han escaseado en el mercado miles de personas perderían su buen humor, no hablarían de frente o empezarían a quedarse chimuelas.

La escasez de este producto —afirman los fabricantes— se debe a la falta de envases, cuyo material es un producto de importación.

Sin embargo, la higiene dental de los consumidores está a salvo, siempre y cuando estén enterados de que los dentífricos son elementos auxiliares en la limpieza dental y pueden ser sustituidos fácilmente.

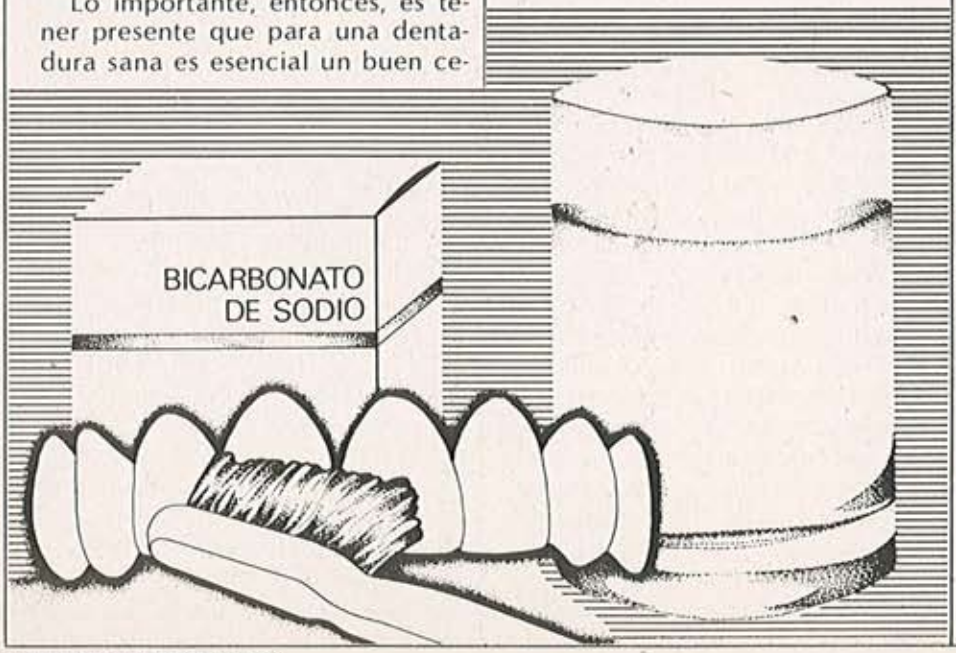
Como ya hemos señalado en otras ocasiones, las pastas no son necesarias para la higiene bucal. Lo básico en el lavado de dientes es el cepillo y la manera de usarlo. Además cabe recordar que debido a los saborizantes que contienen, los dentífricos producen la sensación de eliminar el mal aliento, cuando en realidad sólo provocan una "frescura" pasajera.

Lo importante, entonces, es tener presente que para una dentadura sana es esencial un buen cepillo y un correcto cepillado. Y si quiere usar eventualmente algún auxiliar, puede recurrirse a alguno de los recomendados por el doctor Saúl Villegas, coordinador de Enseñanza en Especialidades Dentales del ISSSTE:

- Bicarbonato de sodio, que se aplica al cepillo y por su propiedad neutralizante impide la acción de las bacterias.
- Tortilla quemada y hecha polvo. Un dentífrico natural que se ha usado tradicionalmente en nuestro país.
- Agua oxigenada en la que puede remojarse el cepillo y que sirve también para hacer "buches"

No hay que olvidar que éstos son solamente auxiliares útiles y baratos que no deben usarse con excesiva frecuencia, pues podrían afectar el esmalte de los dientes.

También puede emplearse hilo dental para limpiar esas zonas donde el cepillo no llega. Esto y una técnica de cepillado apropiada —que su dentista puede enseñarle— son suficientes para poder sonreír de frente, con escasez o sin ella.



Deje de beber 24 horas, gratis

El alcoholismo es una enfermedad crónica, un desorden de la conducta caracterizado por la ingestión de bebidas alcohólicas hasta el punto que excede lo socialmente aceptado e interfiere con la salud del bebedor, con sus relaciones interpersonales y con su capacidad de trabajo.

Si bien no hay una definición formal en Alcohólicos Anónimos sobre el alcoholismo, casi todos estamos de acuerdo en que puede ser clasificado como una compulsión física unida a una obsesión mental. Es decir, sabemos que hemos tenido un deseo físico de beber alcohol que está por encima de nuestra capacidad para controlarlo y en pugna con todas las reglas que marca el sentido común. Y no sólo hemos tenido un deseo anormal por el alcohol, sino que frecuentemente hemos sucumbido a este deseo en los momentos más inoportunos. No sabemos cuándo o cómo dejar de beber; frecuentemente no parecíamos tener suficiente conciencia como para saber cuándo no empezar a beber.

Estamos conscientes de que no hay nada vergonzoso por el hecho de estar enfermos, siempre que encaremos el problema honestamente y estemos dispuestos a hacer algo para solucionarlo.

Sabemos que el programa de A.A. nos da resultados positivos; hemos comprobado que también resulta benéfico a casi todos los que lo apliquen sinceramente y que con honestidad quieran dejar de beber.

Mayor información en: **Grupo Jóvenes Fuente de Vida de Alcohólicos Anónimos. Mirlo 52, colonia El Rosedal; teléfono 549-20-70.**

A.A.

Cine: ese ingrato objeto del deseo

JUAN MIRANDA

Hubo un tiempo en que ir al cine era un placer. Ahora, en opinión de los espectadores, se parece más a una actividad trabajosa y no siempre gratificante. **"Si uno supera con grandes dosis de paciencia las esperas y las aglomeraciones y si tiene la suerte de obtener entradas sin pasar por la amargura impotente de la reventa, quedan aún vallas: hay que encontrar butaca (muchas veces a oscuras), eludir latas, restos de tortas y basuras y tratar de concentrarse en la película en medio de los crujidos de las palomitas y de las interrupciones de quienes van llegando. Con suerte, diez minutos después de entrar logro saber qué pasa en la pantalla"**, se lamenta Carmen Rodríguez L., estudiante de Ciencias Políticas. Una encuesta realizada el año pasado por el INCO entre 800 consumidores arrojó resultados similares: la mayoría se quejó de la condiciones de los servicios (en especial sanitarios y ventilación), de falta de entradas, del mobiliario y de la limpieza de la sala. En cuanto a la seguridad, sólo el 41 por ciento de los entrevistados reconoció que sabría usar el equipo contra incendios y un alto porcentaje estimó que los multicines eran los que ofrecían más riesgos. Los exhibidores, por su parte, endosaron la responsabilidad al público: impaciencia, desorden, falta de higiene y hasta depredaciones en sanitarios y butacas fueron las acusaciones más reiteradas.

La Subdirección Técnica de INCO seleccionó 23 salas cinematográficas de la ciudad capital* y estudió sus características de acuerdo con lo establecido por el Reglamento de Construcciones del DF. Se comprobó que la totalidad violaba las disposiciones sobre los sanitarios, que 21 salas no cumplían lo referido a iluminación; 19 la reglamentación sobre letreros, 17 lo dispuesto acerca de los vestíbulos y que 12 transgredían lo establecido con relación a la distancia que deben mantener las filas de butacas entre sí y hasta la pantalla. En cuanto a los equipos de seguridad y salidas de emergencia, todas las salas investigadas aplicaban las disposiciones oficiales. Pero se detectaron otras fallas: por lo general, el personal empleado carecía de la capacitación necesaria para manejar los equipos y, en el caso de los multicinemas, se observó que las salidas de varias salas desembocaban en estrechos pasillos comunes que resultarían totalmente inapropiados de producirse un siniestro.

Es que más allá del Reglamento (cuya actualización debería contemplarse a la luz de los nuevos diseños de salas cinematográficas) existen una serie de aspectos que aumentan las dificultades e incomodidades que soportan los espectadores:

Taquillas: muchas dan a la calle y carecen de marquesinas que protejan al público cuando llueve. Además la venta de boletos se inicia frecuentemente a último momento. Las consecuencias son aglomeraciones, entradas precipitadas, reventa y sorpresiva falta de boletos. En ocasiones se vende mayor cantidad de boletos que lo permitido por la capacidad del cine y el público debe sentarse en los pasillos. Frecuentemente no se cuenta con cambio en las taquillas, y por lo general, el trato que recibe el es-

pectador en estos casos es totalmente desconsiderado.

Vestíbulo: con asombrosa frecuencia son insuficientes para alojar al público. Carecen de las comodidades mínimas para las situaciones de espera o de aglomeración en las que, además, no se da ninguna explicación ni información a los espectadores. Por otra parte, las cafeterías, dulcerías y fuentes de sodas instaladas en los cines expenden artículos a un precio más elevado que el que se registra en otros puestos de venta.

Sala: los accesos, escalones, etc. no están señalizados debidamente, y en muchas ocasiones las puertas permiten el paso de la luz desde el exterior. Los pasillos están mal iluminados. La ventilación es deficiente: las rejillas difusoras son escasas y provocan zonas demasiado frías y otras extremadamente calurosas; el sistema de aire acondicionado, cuando no está descompuesto, es manejado arbitrariamente y, a veces, provoca mucho ruido. La sonoridad es débil a causa de mala acústica en la sala y de bocinas que no siempre funcionan. En cuanto a la seguridad, es importante recalcar que los letreros indicativos de las salidas y de los equipos suelen ser de muy pequeño tamaño, lo que los hace ilegibles desde cierta distancia. Tampoco son fosforescentes (en la mayoría de los casos) por lo que se convierten en inexistentes si falta la energía eléctrica, lo que es común cuando hay un siniestro. Respecto de la higiene, por lo general desaparece luego de la primera función. Si bien hay recipientes para la basura, ésta es arrojada al piso por los espectadores y la sucesión de la proyecciones imposibilita la limpieza en los intervalos.

Sanitarios: salvo escasas excepciones están sucios, tienen mala ventilación, carecen de elementos sanitarios, no funcionan los grifos y se obstruyen los WC, con las consiguientes consecuencias.

El panorama descrito sólo incluye las características físicas de las salas. Otra cuestión no menos importante (y que requeriría una nota especial) es la que hace a su funcionamiento. La organización, el caos de los horarios, el sistema de ventas de boletos, las proyecciones deficientes son elementos que empeoran aún más la situación. Las quejas más frecuentes: venta de boletos a última hora e inmediato comienzo de la proyección (casi la mitad del público entra una vez que ya ha empezado la función), películas viejas y cortadas, proyecciones en las que se altera el orden de los rollos de películas, falta de coincidencia entre imagen y sonido... **"Pareciera que a nadie le interesa la existencia de los espectadores**—dice Juan Orduno, médico pediatra y cinéfilo contumaz—; **se impone que las autoridades ajusten los controles; de otro modo, todo seguirá igual y aun peor".**

¿Qué hacer? Los entendidos sostienen que urge una actualización de la Reglamentación (que, entre otras cosas, penalice la reventa que hoy no está sancionada legalmente) adecuándola a las nuevas condiciones, y un mayor y estricto control por parte de las autoridades en aspectos como higiene, sanitarios y seguridad. Los exhibidores deberían tomar medidas que son posibles y no demandan demasiado esfuerzo: cumplir el Reglamento, espaciar las funciones para limpiar las salas durante los intermedios, capacitar al personal en el manejo de equipos de seguridad, mantener en buen estado la ventilación y los servicios, etc. En cuanto a la colaboración del público, es indispensable para contar con salas limpias y no deterioradas. Pero para que todo esto sea un hecho hace falta, además del peso de la autoridad, una dosis de solidaridad y preocupación por los demás que, al menos en el caso de los cines, suele brillar por su ausencia.

L.P. (Información: Subdirección Técnica del INCO)

(●) Se contó con la colaboración de tres organizaciones: Carlos Amador, Organización Ramírez y Compañía Operadora de Teatros. El estudio incluyó cinco salas de la primera, ocho de la segunda y 10 de la tercera.

Las Buenas Ondas del INCO

Sintonice los programas radiofónicos del Instituto Nacional del Consumidor y manténgase bien informado.

De lunes a viernes:
"El tío Pepe" a las 6:30 a.m. por XEEP Radio Educación (1060 Khz).

"Lo que sea de cada quien" a las 7:45 a.m. a través de XEB (1220 Khz).

"Quién es quién en los precios" a las 7:30 a.m. por XEMP (710 Khz) y a las 8:15 a.m. por XERPM (660 Khz).

Y los domingos:
"Consumúsica" a partir de las 8:30 a.m. por Radio Educación.

En carreteras: ahorro nocturno

Ya sea que se trate de trotamundos o de vacacionistas ocasionales, es importante que quienes planeen viajar al interior de la República conozcan las nuevas tarifas para usuarios de carreteras, que entraron en vigor a partir del primer día de este año y que no sólo implican un aumento respecto a cuotas del año anterior, sino que **marcan reducciones del importe en horarios nocturnos y determinan aumentos los fines de semana.**

De esta manera, si se realiza un viaje en automóvil de México a Cuernavaca un lunes a las 2 de la tarde, deberán pagarse 60 pesos. Si se lleva a cabo un sábado no festivo a las 12 de la noche, el costo será de 40 pesos. En cambio, si el viaje se efectúa el mismo sábado, pero a las 8 de la mañana, la cuota a pagar será de 90 pesos.

Esto, que a primera vista parece muy complicado, se vuelve inteligible si se consultan las siguientes listas que señalan descuentos e incrementos en cada caso:

● **De lunes a sábado y de 11 de la noche a 7 de la mañana se reducen las cuotas en un 50 por ciento en las siguientes autopistas:** México-Teotihuacán, Indios Verdes-San Cristóbal, Tepexpan-Teotihuacán, La Pera-Cuautla, Tepoztlán-Cuautla, Tijuana-Ensenada (y Los Médanos-La Misión).

● **En los mismos días y horas se obtiene un descuento del 30 por ciento en las carreteras:** México-Cuernavaca, México-Querétaro, México-Puebla, México-Chalco y Puebla-Orizaba.

● **Y un 20 por ciento de rebaja en horario similar:** Cuernavaca-Amacuzac, Amacuzac-Iguala, Querétaro-Celaya y Apaseo-Irapuato.

● **También tendrán un ahorro del 20 por ciento, pero cualquier día de la semana, quienes transiten de 11 p.m. a 7 a.m. por las autopistas:** Guadalajara-Zapotlanejo, Orizaba-Córdoba, Orizaba-Fortín de las Flores y Chapalilla-Compostela.

Por el contrario, **se incrementarán las tarifas** de 7 de la mañana a 11 de la noche, sábados y domingos; 5 de febrero; 21 de marzo; del jueves al domingo de semana santa; 1o. y 5 de mayo; 1o., 15 y 16 de septiembre; 12 de octubre; 1o., 2 y 20 de noviembre; 1o. de diciembre del año en que se realice cambio de Poder Ejecutivo y el período comprendido entre el 16 de diciembre y el 3 de enero de cada año, en las autopistas siguientes:

● **En un 50 por ciento:** México-Cuernavaca, La Pera-Cuautla, Tijuana-Ensenada y Los Médanos-La Misión.

● **En un 30 por ciento:** México-Teotihuacán, Indios Verdes-San Cristóbal y Tepexpan-Teotihuacán.

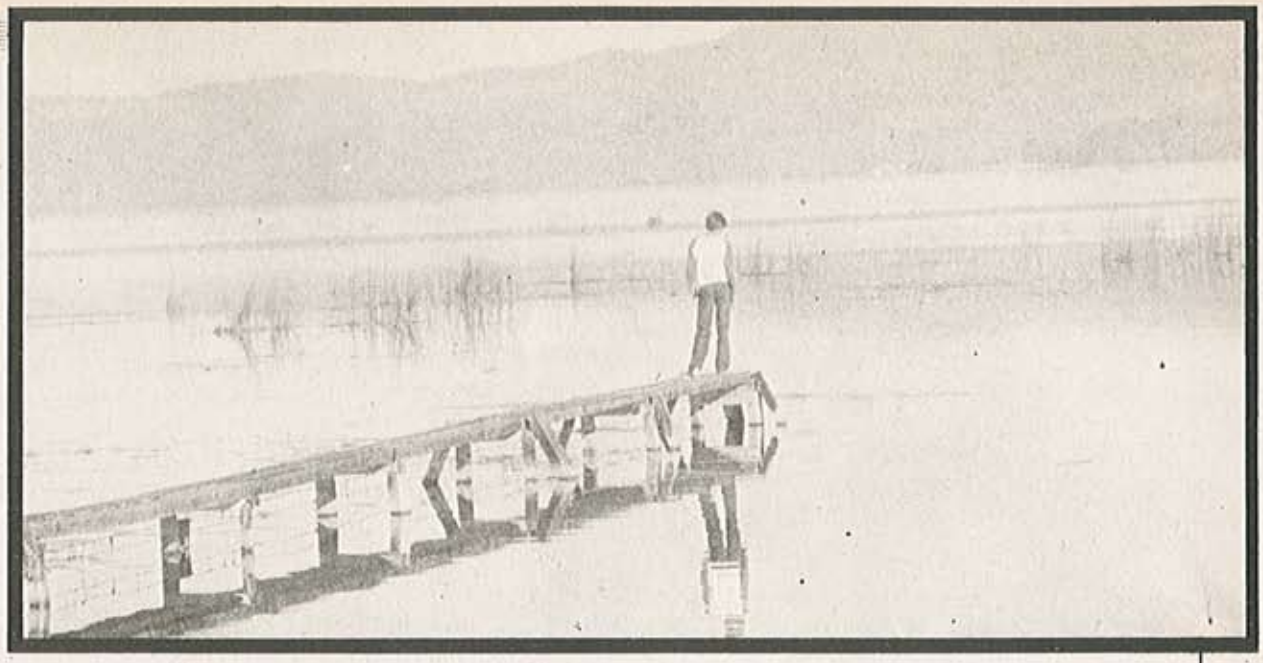
● **En un 30 por ciento, excepto los sábados:** México-Querétaro.

● **En un 20 por ciento:** Cuernavaca-Amacuzac, Amacuzac-Iguala, Querétaro-Celaya, Puebla-Orizaba, Puebla-Amozoc, Apaseo-Irapuato.

● **Y también en un 20 por ciento, excepto los sábados:** México-Chalco y México-Puebla.

Por último cabe recordar que para evitar retardos en el cobro por el uso de moneda fraccionaria, las cifras resultantes al aplicar el porcentaje de aumento o disminución se ajustan a números redondos.

(Información: M. Arroyo)



Sugerencias para tirar el anzuelo

Para practicar la pesca deportiva no se necesita gastar mucho dinero; ni siquiera ir a la playa. Cerca del Distrito Federal hay más de una veintena de ríos, lagunas y presas, en donde pueden morden el anzuelo carpas, mojarras y truchas, entre otros tipos de peces.

Si lo que se quiere es disfrutar de la naturaleza y comer pescado fresco, sólo hay que alejarse nueve kilómetros del D.F. para acudir a la Presa Iturbide, en San Mateo Nopala, Naucalpan.

En el Estado de México están también las presas Benito Juárez, en Villa del Carbón; Concepción, en Villa Nicolás Romero; y siguiendo la carretara 57, las presas Tepetitlán, Taximay, Danxó, Brockman y San Juanico. Sin olvidar la Presa del Valle de Bravo, adelante de Toluca.

Al sur de la capital, entre los estados de México y Morelos, se encuentran las Lagunas de Zempoala en las que abunda la trucha. Otras lagunas de Morelos son Coatetelco, Tequesquitengo —ricas en carpa—, El Rodeo y Emiliano Zapata, donde además de carpa hay tilapia.

La carpa se puede pescar también en las presas Necaxa, Apulco, Valsequillo y Cacaloapan, y en las lagunas de Alchichica y Totolcingo; todas ellas en el estado de Puebla.

La pesca se puede llevar a cabo casi todo el año, con excepción de la temporada de veda de la trucha, que es del 15 de octubre al 15 de febrero.

Son pocos los requisitos para la práctica de esta actividad. Lo primero que se necesita es una licencia que se tramita personalmente en la Oficina de Permisos de Pesca, perteneciente a la Secretaría de Pesca (avenida Alvaro Obregón 269, primer piso, teléfono 525-49-60, ext. 142). El trámite se efectúa de 9 a 14.30 y de 17 a 19 horas y sólo se requiere proporcionar el nombre y la dirección de quienes vayan a pescar.

Los permisos para pesca deportiva desde tierra se extienden por un mes y actualmente son gratuitos. En caso de utilizar embarcación se pagarán 500 pesos por el permiso, más 100 pesos por cada una de las personas que vayan en ella.

Ya con los permisos en la mano el siguiente paso es tener el material necesario. Pero no hace falta un equipo sofisticado: se puede improvisar una caña de pescar con un tallo de bambú de tres metros de largo, al que se le atarán cuatro metros de hilo nylon de pescar. Al final se coloca el anzuelo.

La carnada se puede preparar con pan y queso húmedos o con lombrices, larvas y mejillones que se transportarán en un bote con tierra y hierbas.

Al pescar hay que tener cuidado con los árboles, colocarse con la cara frente al sol, no hacer ruido ni sombra para no espantar a los peces, e ir recogiendo el anzuelo poco a poco.

Si el pez no se va a utilizar, se debe regresar al agua. Es importante quitarle con mucho cuidado el anzuelo para no maltratarlo y tocarlo con las manos mojadas o con un trapo húmedo.

Mas si el pescado se va a consumir, entonces conviene quitarle las escamas, cepillarlo de la cola a la cabeza, lavarlo con agua potable o con agua limpia y fría. Se puede preparar agregándole limón, sal y pimienta al gusto y poniéndolo a la parrilla, asándolo tres minutos de cada lado.

(Abigail Cervantes)

Nos interesa conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarle a una solución más adecuada. Para ello sólo tiene que escribirnos a: Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, Apartado Postal 20600, México, D.F. (Código Postal 01020). Para contestar personalmente las cartas que dirigen a nuestra revista requerimos de su cooperación. Revise con cuidado que su carta tenga el domicilio correcto, calle, número, nuevo código postal, delegación o municipio. Si cuenta con teléfono, el número de éste nos será de mucha utilidad para ponernos en contacto con usted cuando necesitemos más datos sobre su caso.

También de manera directa los consumidores pueden obtener orientación en el conocimiento y ejercicio de sus derechos. En la planta baja del INCO, ubicado en Insurgentes Sur 1228, está el Departamento de Promoción Directa, donde se brinda asesoría gratuita de 8:00 a 15:30 horas y de lunes a viernes.

Ahora el incumplimiento se llama "venta a futuro"

Por lo que informa la consumidora Rosa Elena Medina, de esta capital, la sucursal de **"Sears Roebuck de México" en Perisur** acaba de crear una nueva modalidad comercial: la "venta a futuro".

Señala la descubridora de este nuevo rubro comercial que el 20 de enero adquirió un juego de box spring y colchón, pagando al contado 11,038 pesos, según factura 0747442. La fecha de entrega, como se consigna en la nota de venta, era el 24 de ese mes. La espera de Rosa Elena fue en vano: su pedido nunca llegó. Pero lo peor fue que al reclamar por el incumplimiento fue informada de que la compra que ella había realizado era una "venta a futuro". Ante tal situación, **la consumidora prefirió rescindir el contrato y posteriormente presentar su queja en la Procuraduría Federal del Consumidor para que los representantes de Sears expliquen esta nueva manera de transacción comercial.**

Anticonsumo en rima

"A usted mi buen compañero/que consume todo el día/pues yo le aconsejaría/no malgastar su dinero/ Al diablo los aboneros/y créditos financiados/el dinero es muy sagrado/en estos tiempos presentes/y si somos imprudentes/nos quedamos encuerados".

Esta es sólo una mínima muestra del amplio repertorio de décimas anticonsumistas que con conciencia y buen humor ha elaborado el señor Mario Oviedo, quien semanas atrás nos hizo llegar su peculiar obra, la cual recibimos con agrado.

Al que no reclama, "Diner's Club" no le cumple

Sabido es que cuando un usuario de las tarjetas de crédito se retrasa en alguno de sus pagos, el prestador del servicio exige la liquidación de la cuenta y el abono de intereses por morosidad. Empero ¿qué sucede cuando a un consumidor se le cobra injustificadamente cierta cantidad de dinero y tres meses después se le informa de esta irregularidad y se le devuelve el dinero como si nada?.

Este es el caso del **doctor Giorgio Berni —de la ciudad de Monterrey, Nuevo León—** quien el pasado mes de octubre cayó en la cuenta de que **"Diner's Club de México"** le había cobrado 6,981 pesos indebidamente. Entre octubre y diciembre el doctor Berni envió cuatro cartas a la empresa reclamando el irregular cobro, sin obtener respuesta alguna. Finalmente, el 13 de enero de este año le contestaron que, efectivamente, tenía un saldo a su favor por la cantidad mencionada.

Sin embargo, ésta no fue una respuesta convincente para el doctor Berni, pues pensó —con razón— que debería exigir el pago de los intereses correspondientes, tal y como lo hace Diner's —y cualquier institución crediticia— cuando el cliente se atrasa en sus abonos.

Envió, así, dos nuevas misivas y al no obtener resultados favorables acudió al INCO, donde el licenciado Mario Loyo se comunicó con el señor Manuel Munguía, gerente de Atención a Clientes de Diner's Club, quien finalmente se comprometió a enviarle al doctor Berni los 6,981 pesos más los intereses, a través de un banco local.

Ni el televisor ni la garantía funcionan

Ya hemos hecho notar en otras ocasiones el gran número de

quejas motivadas por fallas en los aparatos eléctricos, que los proveedores se niegan a subsanar.

Y las denuncias siguen: el señor **Francisco Hernández Díaz, de Tapachula, Chiapas,** escribe para señalar que el 29 de julio de 1982 adquirió un televisor blanco y negro en la sucursal de **"Comercios Elektra, S.A."** de aquella ciudad chiapaneca. Entre esa fecha y el 14 de enero, el televisor se descompuso cuatro veces y cuatro veces fue llevado al taller —en una de ésas, el aparato tuvo que quedarse 81 días. Sólo que en la última ocasión, los encargados del establecimiento comercial se negaron a efectuar la reparación, a pesar de que la factura de compra señala un año de garantía.

RESPUESTA

Para hacer cumplir sus derechos puede acudir a la Delegación Federal de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, sita en Segunda Avenida Sur 83 en Tapachula, Chiapas, con teléfonos 61190 y 65942, ya que es facultad de esa dependencia aplicar las disposiciones legales y reglamentarias referentes a calidad, garantías e instructivos de toda clase de productos y aparatos.

Equipajes sin destino

La pérdida de equipaje en autobuses foráneos sigue siendo el pan de cada día: la señora **María del Carmen Carrera de Tinoco, de Ciudad Victoria, Tamaulipas,** viajó el 24 de noviembre de la ciudad de Veracruz al puerto de Tampico, en el autobús 19 de la empresa **"Autobuses de Oriente" (ADO),** habiendo recibido la contraseña 407797 por un veliz entregado al departamento de equipaje momentos antes de abordar la unidad.

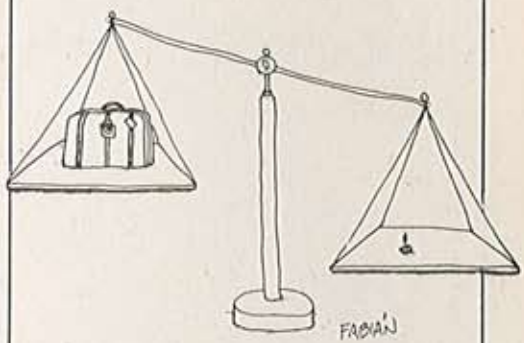
Durante el viaje, una de las cajuelas del autobús se abrió y cayeron varios bultos y valijas, entre ellos la de la señora Carrera. Y aunque el conductor regresó en busca de las propiedades de los pasajeros, el intento fue infructuoso.

La consumidora afectada evalúa su equipaje en 30 000 pesos, en tanto que la empresa sólo le ofrece pagar la suma de 500 pesos por concepto de indemnización que marca la ley

Por último, apunta: **"la pérdida de mi veliz no se debió a ningún robo, incendio o accidente en la carretera sino a la negligencia y poca responsabilidad tanto del chofer como de la empresa".**

RESPUESTA

Al respecto, le aconsejamos dirigir su reclamo a la Dirección General del Autotransporte Federal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con domicilio en Calzada de las Bombas 411, Colonia San Bartolo Coapa, Tlalpan, en la capital de la República, para que esta dependencia, en ejercicio de sus atribuciones, interceda y conci-



lie por usted con la empresa mencionada, lo que le permitiría lograr una indemnización más satisfactoria. De paso, cabe recordar que para protegerse ante estas pérdidas conviene declarar los objetos de valor que se transporten; para ello hay que pagar 30 centavos por cada 100 pesos declarados.

En el Centro Asturiano, borrachera obligada

Beber es vivir, no insinúan, dicen y gritan cotidianamente por todos los medios publicitarios. Y por si esto fuera poco también hay centros de reunión que obligan al alcoholismo.

Resulta que en diciembre la señorita Magdalena Morales Ortega, del DF, asistió a una posada que se llevó a cabo en el **Centro Asturiano** —en la colonia Roma—, donde se encontró con la desagradable sorpresa de que "cuando solicitamos unos refrescos no nos los quisieron vender, porque sólo los vendían si se compraba una botella de licor"

Y ésta no es la primera vez que le sucede algo similar, pues cuenta la consumidora que anteriormente tuvo la mala fortuna de ser invitada a una graduación escolar que se realizó en el Centro Libanés donde se presentó una situación similar: le condicionaron la venta de refrescos a la adquisición de una bebida con contenido alcohólico.

"Créanme que estos incidentes fastidian las reuniones, pues tratamos de convivir sanamente y nos salen con estas situaciones: 'bebe a la fuerza', 'enséñate a ser futuro alcohólico' ", termina diciendo la consumidora.

RESPUESTA

Desgraciadamente es cierto: ya suficientes problemas de alcoholismo hay en el país como para tratar de incrementarlos en esta forma. Además, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 14 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, "no podrá condicionarse la venta del producto o la prestación del servicio a la adquisición o contratación de otro". Por lo tanto, le sugerimos denunciar estos hechos ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ubicada en Dr. Carmona y Valle 11, colonia Doctores, o a los teléfonos 7 61-38-01 y 7 61-38-11.

Por la cara se conoce al consumidor

..... Si sales a la calle después de ver televisión 5 horas seguidas.

..... Si tienes que sonreír pero por mascar tanto chicle se te pudrieron los dientes y se te pusieron negros.

..... *Si tus papás compran madera y junto contigo construyen una casa de muñecas para tí.*

..... *Si te compran una muñeca que habla y camina, pero al usarla no funciona y además el vendedor se niega a repararla o a cambiarla.*

Y si no quiere poner esa cara...

Es conveniente que exija a los proveedores de bienes y servicios una nota de garantía sobre los productos adquiridos, con datos claros y precisos, sobre todo en aquellos artículos que puedan sufrir alguna descompostura fácilmente.

Las garantías, tal y como lo señala el artículo 11 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, deben indicar su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que puedan hacerse efectivas.

En todo caso el consumidor tiene derecho a la reparación gratuita del bien, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada de acuerdo al artículo 33 de la Ley.

"Hay que enseñar a los niños a manejar el dinero": Esther Jacob

¿Cuándo aprende a consumir un niño? Yo creo que aprende desde muy pequeño, en el mercado; en todos los hogares algo se compra, aunque sea poco. Por lo general, las familias van al mercado acompañadas de los niños y es ahí donde el pequeño tiene el primer punto de contacto con la presión de los medios de comunicación. Cabe decir que la influencia de la madre en este aspecto del desarrollo del ñiño es muy importante, quizás más que la del padre, porque ella sigue siendo el modelo del niño. De ella aprende, entre otras cosas, a consumir.

Es por eso especialmente importante que se predique con el ejemplo, es decir, que la familia, y especialmente la madre, cuide sus hábitos de consumo para transmitirles una conciencia a sus hijos.

Si a un pequeño se le habla de lo perjudiciales que pueden ser los colorantes que se utilizan en la fabricación de algunos refrescos, la mejor manera de que él lo crea es que en su casa se preparen aguas de frutas o se tome agua natural en lugar de comprar refrescos.

¿Qué sucede cuando el niño comienza a ir a la escuela y tiene contacto con otros modelos de vida? La entrada a la escuela es un momento clave en la vida de los niños. Después de la familia, es la primera institución social organizada que conocen. Ahí aprenden a convivir con otros niños y otros estilos de consumir. Es ahí donde se dan circunstancias de diversa índole que de una manera u otra influyen en sus hábitos de consumo.

Por una parte, la presión de los medios de comunicación, de la que ya se ha hablado mucho, que lo incitan a adquirir ciertos hábitos. La publicidad se ha encargado de introducir en nuestro calendario algunas celebraciones que si bien no tienen mucha relación con nuestra identidad nacional, han encajado con cierto éxito en nuestras costumbres actuales, como el Halloween y el Día de la Amistad.

Este tipo de celebraciones ha tenido una gran acogida en algunas escuelas, sobre todo en los jardines de niños particulares.

Las celebraciones de que se habla transmiten, por un lado, un colonialismo cultural poco deseable y, por el otro, una incitación a un consumo poco adecuado para la salud y la economía familiares.

La otra influencia que puede recibir el niño en esta época de su vida es la de caer en la tentación de comprar y consumir, prácticamente sin límites, los productos que la televisión anuncia y que sus compañeros consumen.

¿De qué forma puede neutralizarse o suavizarse esta influencia? La solución no es fácil, ni cómoda. En cierta forma es una cuestión de tiempo. Del tiempo que le dedican el padre y la madre al niño. En este sentido, cabe recalcar que es la calidad, más que la cantidad del tiempo lo que cuenta.

Si se logra que los pequeños colaboren en las tareas domésticas se logrará también que, por una parte, adquieran ciertos hábitos que ayudarán a su mejor desarrollo, y por otra, que exista más tiempo libre para platicar y jugar con ellos, para crearles una conciencia crítica hacia los medios de comunicación.

Otra forma de neutralizar esas influencias es la de enseñar al niño a manejar el dinero de una manera eficiente. La edad en que el niño entra a la escuela es muy buena para aprender.

Naturalmente no se le va dar al niño una cantidad de dinero y se le va a mandar a la tienda más cercana a comprar todo lo que se le ocurra. Si al pequeño se le da una cantidad razonable de dinero y se le demuestra que con lo que compra alimentos industrializados para tres o cuatro días podría, en ocasiones, hacerse una torta para seis o siete y aun le sobra para comprar un juguete, naturalmente el niño preferirá lo segundo. Es cierto que los niños gustan de pastelillos industrializados, pero les gusta más meter las manos a la cocina y ayudar a su madre a hacer un pastel que después se comerán gustosos.

(Rosa Martha Caballero)

Datos y señas

Esther Jacob nació en Argentina. Estudió la licenciatura en educación y una maestría en Historia de las Artes.

A su llegada a México —hace siete años— colaboró en el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa a cargo del área de literatura infantil, en la realización de audiovisuales y programas radiofónicos.

Posteriormente ingresó a la Secretaría de Educación Pública donde prestó asesoría pedagógica para la realización de la enciclopedia Colibrí. En la misma dependencia formó parte del grupo de autores de los libros de Texto gratuitos de segundo y tercer grado.

Actualmente está a cargo de un programa de producción de material para niños de comunidades rurales en el Consejo Nacional de Fomento Educativo.

HISTORIA CLINICA

Nombre del paciente: Juan Ramiro López D.

Edad: 7 años

Síntomas: Repite "cámprame" insistentemente, come excesivas golosinas, prefiere ver televisión antes que jugar con sus amigos.

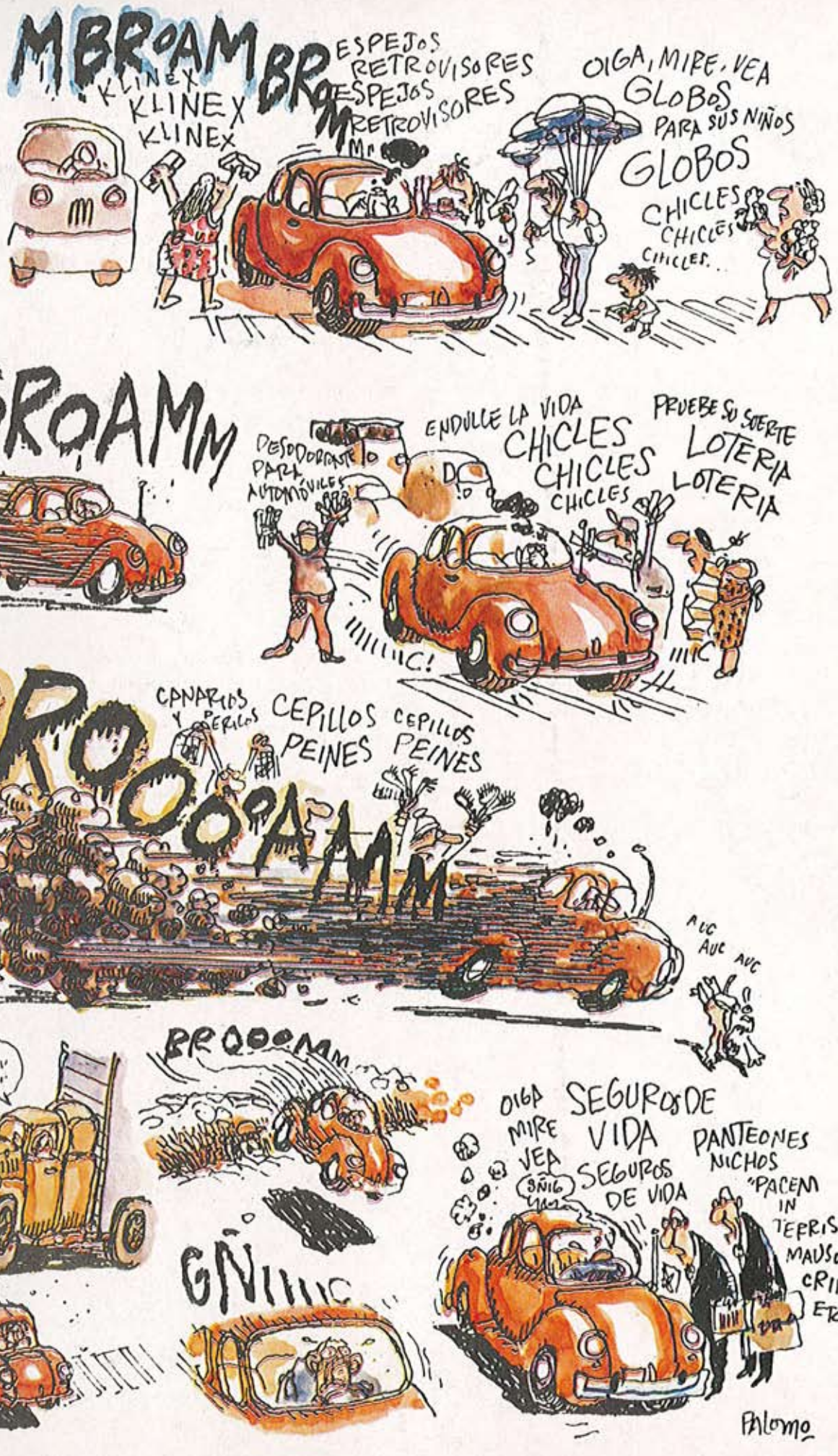
Diagnóstico: Consumismo precoz.

Tratamiento: Eliminar la compra de juguetes o golosinas cada vez que ofrezcan como pruebas de cariño.

Administrar dosis diarias de compañía, intercambio de opiniones, atención, afecto.

Vía de administración: Padres y maestros.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR


BROAMBR
KLINEX
KLINEX
KLINEX
BROAMBR
ESPEJOS
RETROVISORES
ESPEJOS
RETROVISORES
OIGA, MIRE, VEA
GLOBOS
PARA SUS NIÑOS
GLOBOS
CHICLES
CHICLES
CHICLES
BROAMM
DESODORANTE
PARA
AUTOMÓVILES
ENDULCE LA VIDA
CHICLES
CHICLES
CHICLES
PRUEBE SU SUERTE
LOTERIA
LOTERIA
BROOOAMM
CANARIOS
Y PERICOS
CEPILLOS
CEPILLOS
PEINES
PEINES
AUC
AUC
AUC
BROOOAMM
OIGA
MIRE
VEA
SEGUROS DE
VIDA
SEGUROS
DE VIDA
PANTEONES
NICHOS
"PACEM
IN
TERRIS"
MAUSOLEOS
CRIPTAS
ETC.
GÑIIIIC
Palomo

el brinco

Coordinación: Teófilo Huerta M.

No. 16
Abril 83

¿Qué hacer contra la contaminación?

Un brinco deportivo: dónde aprender natación, gimnasia y karate

Vitaminas de mango... ¡mmmh!

Cómo cuidar nuestro medio ambiente

1, 2, 3... ¡365 días del niño al año!

¡al ataque, mis valientes!

El aire y el agua son dos elementos de la naturaleza gracias a los cuales podemos vivir y brincar, por ello mismo todos deberíamos cuidarlos y evitar su contaminación que actualmente amenaza a hombres, animales y vegetales.

¿Qué hacer para combatir la contaminación ambiental?

Estas son las respuestas de varios niños a tan importante pregunta:

"Hay que tirar la basura en el bote, que la gente ya no fume tanto y procure que su carro no haga tanto humo", Marisol Serna Martínez, 8 años.

"Yo propongo que la gente no tire basura en la calle y que barra bien sus banquetas. Además, los que tienen motocicleta no deben hacer tanto ruido", Juan Manuel Pineda, 10 años.

"Se debería de prohibir que los autos echen humo y que vuelvan gris el aire, pues éste después se nos mete en la nariz y queda negra por dentro, igual que nuestros pulmones", Antonio Abaroa, 8 años.

"No tirar basura en la calle, plantar árboles y que ya no haya mucho humo en los coches", Judith Hernández, 7 años.

"No tirar papeles en la calle y ser limpios para que se pueda respirar", Ismael Ossio Muñoz, 9 años.

"Las personas deberían de procurar ser lo más limpias posible. Tener bien barrida su casa, no dejar que los autos echen humo y no poner el radio a todo volumen", Fausto Santa Ana, 11 años.

"Quitar tanto coche, alejar las fábricas de las ciudades, no prender fogatas, no quemar llantas y, cuando se hagan embotellamientos de tránsito, no tocar las bocinas de los autos pues eso también contamina", Verónica Ossio, 14 años.

"Si por casualidad hay botes de basura en la escuela, hay que tirar en ellos los papeles y los señores que tienen coches deben poner letreros de no fumar", María Teresa García, 8 años.

"Creo que debemos decirles a nuestros papás que no tiren basura en cualquier parte y nosotros debemos barrer las calles", Mario Martínez, 8 años.

"No tirar la basura en la calle ni quemarla, tampoco tirarla en el mar ni en los ríos. Yo quitaría las fábricas y los coches, pero sin fábricas no tendríamos comida ni telas y sin coches no podríamos viajar. Si queremos ser felices en nuestra ciudad debemos ser limpios", Olga Lidia García, 12 años.

¡Cierto!, así como hay que ser limpios con nuestro cuerpo, también debemos ser limpios con nuestra ciudad. ¿Y tú qué harías por mejorar nuestro medio ambiente? Tu opinión nos interesa porque el tema de la contaminación lo seguiremos tocando en los próximos Brincos.

LOS VARRACHOS
HIJO ¿QUIERES QUE JUGUEMOS?
ENTRADA: GRATIS
CINE X
TAQUILLA
SI QUIEREN SALIR A JUGAR, ME DICEN.
¡NIÑO! TE INVITO A COMER A MI CASA
A TODOS LOS NIÑOS MÁS CARIÑO
QUE TODOS LOS DÍAS SEAN DÍAS DEL NIÑO
MENOS NAL-GADAS Y MÁS AFECTO
MÁS CARIÑO AL NIÑO DESAMPARADO
Edith

Dónde aprender un

Hacer gimnasia, saber karate o saltar a la alberca es emocionante. Por ello El Brinco investigó en dónde se podían aprender y practicar estos deportes. A diferencia de algunos sitios donde las cuotas van desde 1,300 pesos mensuales en adelante, hay muchos otros donde las clases son gratis o se paga poco dinero por ellas. ¿Quieres enterarte?

¿QUE DEPORTE?	¿DONDE SE APRENDE?	¿CUANTO DURA EL CURSO?
NATACION	Alberca Olímpica "Francisco Márquez"; Av. Río Churubusco y División del Norte, Col. Portales. Tel. 534-43-87.	Hay cursos todo el año. El tiempo de aprendizaje varía de acuerdo al alumno.
	Ciudad Deportiva de la Magdalena Mixhuca; Av. Río de la Piedad, Puerta 5, Delegación Iztacalco. Tel. 571-20-97.	Todo el año. Y aprendes tan rápido como le eches ganas.
	Centro Social y Deportivo Guelatao; Honduras y Comonfort, Centro. Tel. 529-85-08.	El tiempo que tardes en aprender y después puedes seguir.
	Centro Deportivo Plan Sexenal; Mar Mediterráneo y Ferrocarril de Cuernavaca, Popotla. Tel. 396-23-88.	Aprendes según tu capacidad. Hay curso todo el año.
	Unidad Morelos del IMSS; San Juan de Aragón y Eduardo Molina. Tel. 577-38-68. **Unidad Cuauhtémoc** del IMSS; Av. 16 de Septiembre y Calle Jardín, Naucalpan de Juárez, Edo. de Méx. 576-95-07. **Unidad Independencia** del IMSS; Blvd. Adolfo López Mateos y San Bernabé. Tel. 595-12-87.	Hay inscripciones todo el año, según dejen lugares los novatos.
	Centro Recreativo y Cultural Niños Héroes del DIF; Popocatépetl 276, Col. Portales. Tel. 575-37-11.	Se lleva el calendario escolar. Pero el aprendizaje depende de ti.
GIMNASIA	Gimnasio Olímpico "Juan de la Barrera"; Av. Río Churubusco y División del Norte, Col. Portales. Tel. 534-43-87.	Depende de tu capacidad y hay cursos todo el año.
	Ciudad Deportiva de la Magdalena Mixhuca	La práctica diaria te hará aprender más rápidamente.
	Centro Social y Deportivo "Guelatao"	El tiempo que te sea necesario.
	Plan Sexenal	Tiempo indefinido.
	Unidad Morelos del IMSS **Unidad Cuauhtémoc** del IMSS **Unidad Independencia** del IMSS	La puedes practicar los años que quieras.
	Centro Recreativo y Cultural Niños Héroes	Con la práctica aprenderás pronto.
KARATE	Gimnasio Olímpico "Juan de la Barrera"	El tiempo que tardes en aprender.
	Ciudad Deportiva de la Magdalena Mixhuca	De acuerdo con tus habilidades físicas.
	Centro Social y Deportivo Guelatao	Abierto todo el año. El tiempo dependerá de lo que dures en aprender.

nuevo deporte

Abigail Cervantes

En la Ciudad de México también existen deportivos en las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal. En toda la República hay más albercas y gimnasios como los del IMSS y del DIF. Brinca al lugar más cercano y económico para aprender y practicar tu deporte favorito.

¿PARA QUE EDADES?	¿QUE DIAS HAY QUE IR?	¿QUE SE NECESITA?	¿CUANTO CUESTA?
De seis años en adelante.	Regularmente son tres veces por semana.	3 fotos tamaño infantil. Examen médico.	$ 350 de inscripción, $ 150 mensuales, $ 30 de prima de seguro.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	3 fotografías tamaño infantil. Examen médico.	$ 450 de inscripción, $ 150 mensuales.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	Examen médico. Análisis clínicos. Una foto	$ 200 mensuales.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	3 fotografías. Examen médico	$ 350 de inscripción.
De 18 meses en adelante.	Una hora diaria.	2 fotografías. Examen médico	Es gratis. No se necesita ser asegurado.
De cuatro a seis años de edad.	Dos veces por semana.	2 fotos tamaño infantil. Examen médico	$ 250 de inscripción, $ 250 mensuales
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	Examen médico.	$ 300 de inscripción, $ 250 mensuales, $ 150 de examen médico, $ 30 de prima de seguro.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	Examen médico	$ 400 de inscripción, $ 150 mensuales.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	Examen médico, análisis clínicos y una fotografía.	$ 200 pesos mensuales.
De seis años en adelante.	Tres veces por semana.	Tres fotografías. Examen médico.	$ 350 de inscripción.
De siete a trece años en adelante	Todos los días, de lunes a viernes.	Dos fotografías, examen médico.	Es gratis. No se necesita ser asegurado.
De seis a trece años de edad.	Dos veces por semana.	Dos fotografías, tamaño infantil. Examen médico.	$ 250 de inscripción, $ 250 mensuales.
De seis años en adelante.	Tres días por semana.	Examen médico	$ 300 de inscripción, $ 250 mensuales, $ 150 de examen médico, $ 30 de prima de seguro.
De seis años en adelante.	Tres días por semana.	3 fotos tamaño infantil. Examen médico.	$ 450 de inscripción, $ 200 mensuales.
De seis años en adelante.	Tres días por semana.	3 fotos tamaño infantil. Examen médico.	$ 400 de inscripción, $ 150 mensuales.

Para servirte a tí

Todos los días utilizas más de un servicio público aunque, por la costumbre de hacerlo, quizá no piensas en todo el trabajo que hay detrás de cada uno. Gracias a los servicios públicos una sociedad puede funcionar, ya que, como su nombre lo dice, sirven al público en todas sus necesidades.

Para que no olvides los servicios públicos que te rodean, te invitamos a descubrirlos en este juego donde tienes

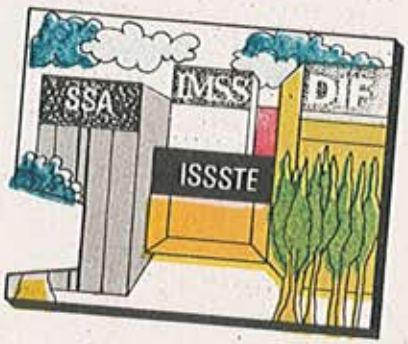
Recorta las piezas y une cada dibujo a su correspondiente texto.

Nos gustaría que nos enviaras una lista con los servicios que tú más usas, así como con los precios que pagas por ellos.

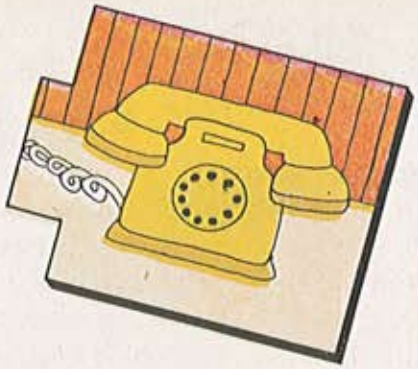
3. En él podemos ahorrar nuestros domingos para no gastar a lo loco en golosinas.

4. Vamos a ella casi todos los días y muchos la llaman "nuestra segunda casa".

8. Sin este servicio no podrían funcionar los trolebuses, ni muchos aparatos en las casas, fábricas y hospitales.

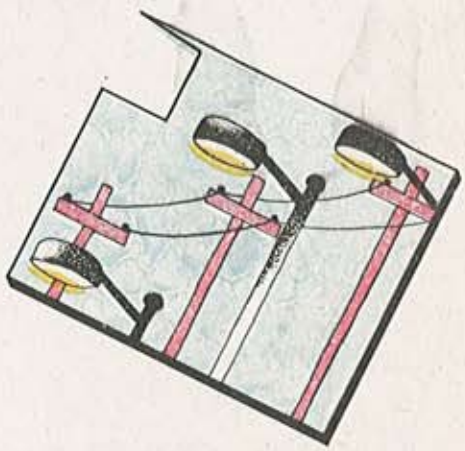


5. Acuden gratuitamente como verdaderos héroes para sacarnos de algún peligro.



7. Si no fuera por este servicio la contaminación del medio ambiente sería más grave.

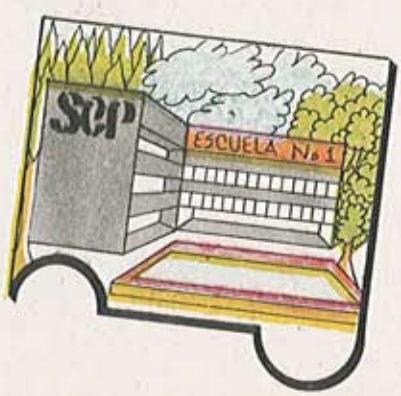
6. En este servicio trabajan muchas personas que se preocupan por el bienestar de nuestro cuerpo.



2. Aunque fácilmente sale por la llave, requiere de un complejo sistema que le haga llegar hasta nuestras casas para tomarla y asearnos con ella.

1. Algunos funcionan con electricidad y otros con gasolina o diesel. Sus precios varían pero todos forman parte de un servicio gracias al cual podemos llegar a la escuela, al trabajo, a la casa o a un centro de diversiones.

9. Es un servicio porque no sólo sirve para platicar con los amigos, sino para comunicar noticias importantes.



Así se hace una locomotora

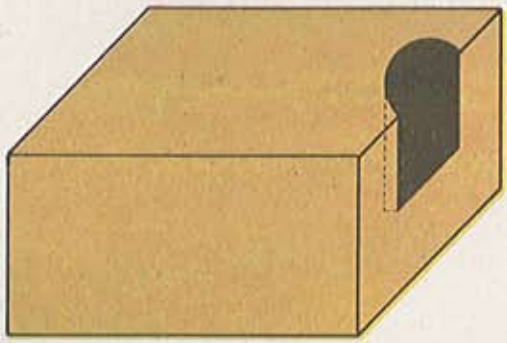
Uno de los servicios públicos es el transporte colectivo y un medio de transporte es el ferrocarril. Tú puedes crear una bonita locomotora para jugar. Sigue los pasos que aquí te damos y luego podrás dar vida a tu locomotora imitando el clásico sonido de su silbato: buuuh, buuuh.

MATERIALES QUE DEBES USAR.

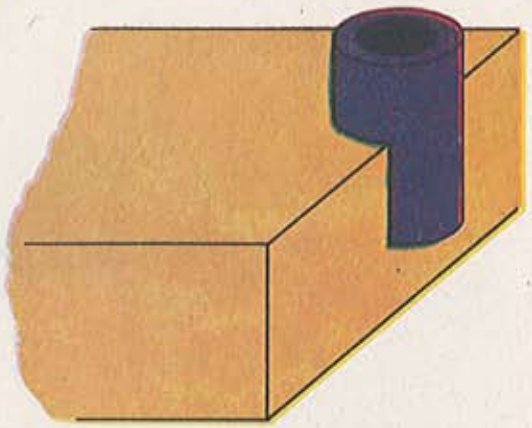
1 CAJA DE CARTON, 1 LATA O BOTE, 6 RUEDAS HECHAS DE CARTON DURO,

3 CARRETES DE HILO, 3 PALITOS REDONDOS DE PALETA Y PEGAMENTO.

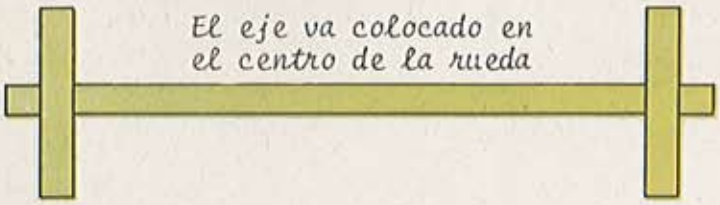
1.- A la caja de cartón se le recorta en la parte trasera, como se ve en el dibujo



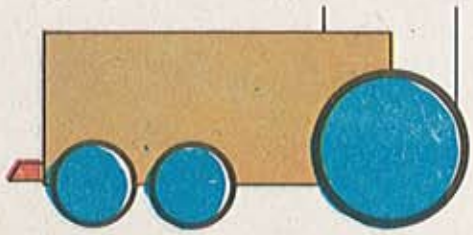
2.- En la caja recortada se pega la lata o bote que va a formar la caldera de la locomotora



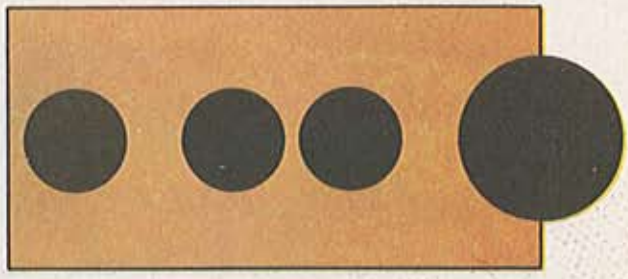
3.- Los ejes de las ruedas se hacen con 3 palitos de paleta y las ruedas con cartón duro, 2 grandes y 4 chicas



4.- En la caja se hacen tres hoyos por cada lado, para que ahí pongas los ejes, y en los ejes las ruedas como se ve en el dibujo



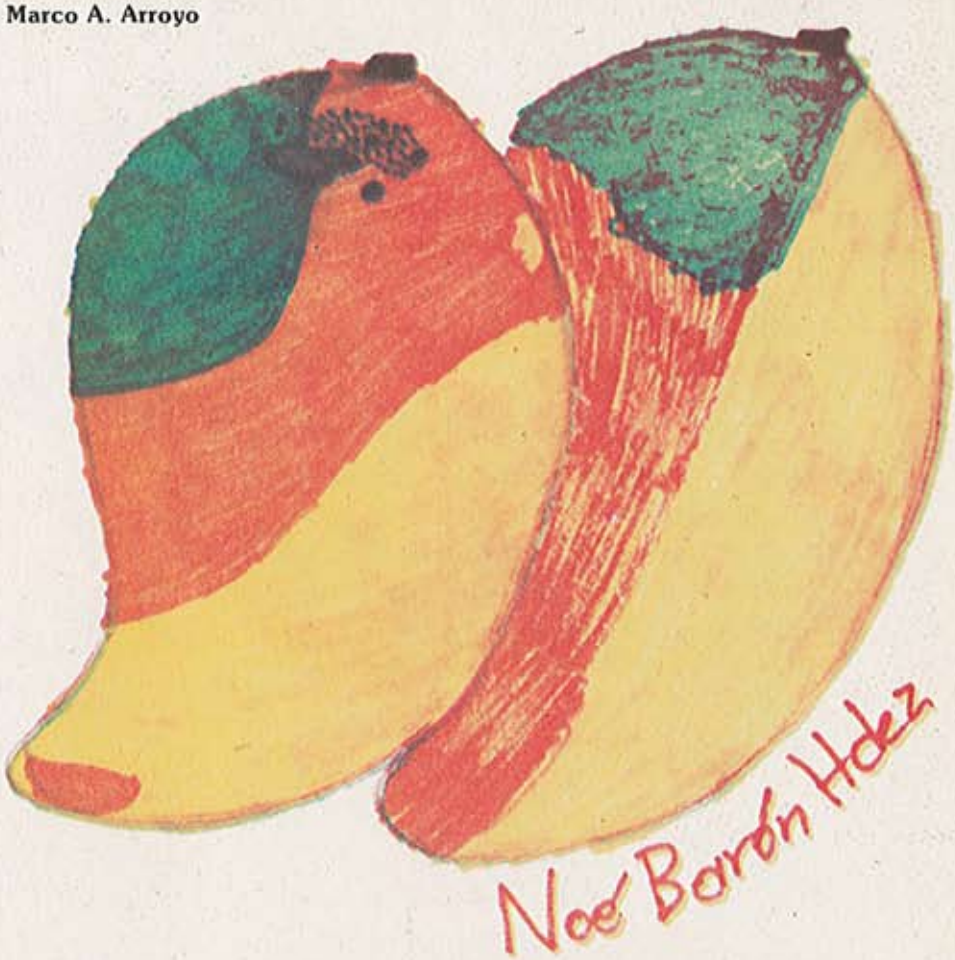
5.- En la parte superior de la caja puedes hacer tantos hoyos como carretes tengas y después pegar éstos en sus respectivos orificios.



Al fin has terminado, ahora a divertirte pintando la locomotora como tú quieras

UN SALUDO DEL MANGO

Marco A. Arroyo



Cuentan que nací en la India. Mis padres: la tierra y el trabajo, dieron origen a un árbol fuerte, de tronco recto y copa frondosa. Por su savia corren ríos de cantos y de alegría, se adorna con una larga cabellera de hojas y en sus ramas sueñan apaciblemente pequeños soles dormidos.

Fui traido a América por colonizadores portugueses hace tres siglos aproximadamente. Primero, me llevaron a vivir al hoy nombrado Brasil; y más tarde, a otros países y regiones del continente. Así, lento y callado, eché raíces en estas tierras, donde muy pronto reconocí manos nuevas que me cultivaban hasta volverme nativo.

Calculan que en cada árbol habitan dos o tres mil hermanos dulces y jugosos(*). Actualmente me producen en 21 estados del territorio mexicano; cuatro de los más importantes son: Jalisco, Nayarit, Sinaloa y Veracruz. A manera de ejemplo puedo decirte que, sólo estas cuatro entidades, el año pasado cosecharon 277 mil 944 toneladas de mi familia.

De allí me reparten a los principales centros de abasto de la República y me llevan a naciones como Alemania, Estados Unidos, Japón, Francia y España.

Existo en distintas variedades y en los tipos criollo y manila. Algunas veces me percibirás con cáscara amarilla y chapeorojizo ("petacón"), otras con cáscara amarilla y manchas cafés pequeñas.

Normalmente, me encontrarás bien desarrollado, con un olor característico y consistencia más o menos firme.

A tu salud brindo energías, proteínas, minerales y vitaminas (A y C principalmente). Mis amigos me conocen con el nombre de mango.

Ya que te he contado mi historia y geografía, ¿serás capaz de hacerlas crecer? Ahora que es mi temporada te invito a que me comas y brinques conmigo, ya verás que te gustaré.

(*) Los datos fueron proporcionados por la Comisión Nacional de Fruticultura.

MI PAYASO

Rubí Salazar Báez (9 años)

Tengo un títere que es un payaso y le llamo "Carotón". Es muy juguetón y obediente, habla como todos, come, baila y tiene su propia cama.

A veces come con nosotros, pero no come carne, de vez en cuando grita medio feo, es medio loco, le encanta cantar, tomar fotos y que le tomen a él.

A "Carotón" le gusta el dibujo y en pocas palabras le gustan todas las artes.

En la TV he visto muchos títeres pero yo quiero más a "Carotón", porque con él puedo platicar cuando yo quiera.

El cuento de Rubí Salazar de San Luis Potosí, es el primero que ha llegado a nuestra redacción. Te invitamos a que tú también nos envíes un cuento sobre cómo pasas tu tiempo libre, qué alimentos comes y todo aquello que se relacione con el consumo. La dirección es la misma de la correspondencia.

Noé Barón Hda.

EL CORREO DE LOS BRINCADORES

"Querido Brinquito: Me pareció muy mal un anuncio que vi en la tele sobre las "Pizzerolas". Es el colmo con este comercial donde Jane deja a Tarzán por un hombre que la conquista con esas simples frituras que no son más que una chatarra. Aquí te mando recortes de anuncios engañosos.

Marina Montaño Medina
Benito Juárez 269
Col. ISSSTE
C.P. 83260
Hermosillo, Sonora

Marina: Felicitaciones por ser una inspectora brincadora de los engaños publicitarios. Vimos tus recortes y nos parecen buenas tus observaciones menos dos: quien toma "Choco Milk" sí obtiene energías por el azúcar que lleva; sin embargo hay productos mucho más nutritivos y más baratos que dan la energía que el cuerpo necesita, como son las tortillas, la papa, el aguacate, la miel y el arroz. Por otra parte los niños que toman "Choco Milk" no se mueren con él, puesto que no es veneno.

Comer gelatina tampoco hace daño, lo que pasa es que no nutre si no lleva auténtica fruta o leche.

En lo demás tienes razón: los "hot cakes" no vuelan y el detergente "Ariel" no convierte a una cubeta en lavadora automática. ¡Muy bien por tu ortografía!

"Propongo que no inventen juguetes que sólo nos emboban... es mejor jugar a construir con palos y piedras e imaginar que criamos animales en un rancho".

Gerardo García García

Amigos del Brinco:
Quisiera que me dijeran que hacer para que a mi hermana se le quite la mala costumbre de poner a parchis a cada momento he hecho lo posible pero nada funciona.

GRACIAS

Manuela López (10 años)

Capilco 300
Edificio 14
departamento 204
Herlao D.F

Manuela: Creemos que una mala costumbre desaparece con una buena costumbre y no a la fuerza. ¿Qué te parece si luchas porque a tu hermana le guste otro tipo de música con el que tú simpatizas? Puedes regalarle un disco o sintonizar la radio en algún programa donde Parchis no sea lo máximo. Ya verás que si tienes paciencia tu hermana no pondrá Parchis a cada rato.

"Soy un chico al que le gusta tener amigos por correspondencia. Espero que muchos de los niños me escriban, contestaré inmediatamente, cambiaremos timbres postales, fotos, etc."

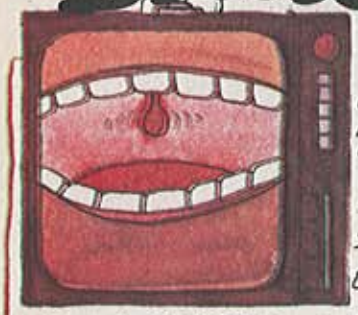
Roberto Barrón V.
Centeno No. 987
Col. Granjas México
08400, México, D.F.

Para brincar sólo necesitas escribir a:

SOLUCION A: PARA SERVIRTE A TI

1. Servicio de transporte colectivo
2. Servicio de agua potable
3. Banco
4. Escuela
5. Bomberos
6. Servicios médicos
7. Servicio de limpia
8. Servicio de luz eléctrica
9. Teléfono

Brinco por los espectáculos a Brinco



JUGEMOS A CANTAR

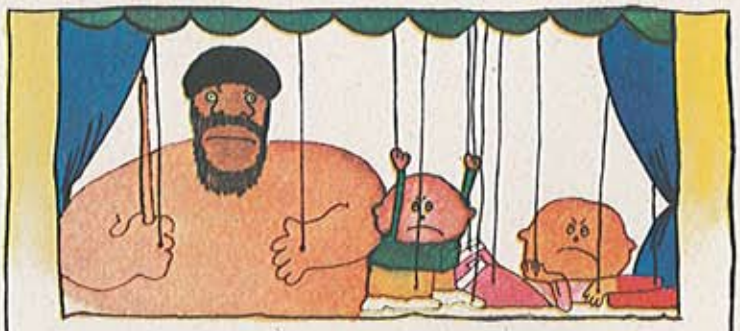
EN ESTE MES SE CELEBRA EL 2º FESTIVAL INFANTIL "JUGEMOS A CANTAR" OJALÁ Y QUE LOS GRUPOS QUE PARTICIPEN NO SE SIENTAN **PARCHIS, MENUDO** O **CHAMOS**, SINO ELLOS MISMOS, QUE LAS LETRAS DE SUS CANCIONES NO SEAN TONTAS Y SE ENTIENDA CLARAMENTE LO QUE QUIEREN DECIR.
TAMBIÉN SERÍA UN GRAN LOGRO EL QUE LOS NIÑOS CANTARAN EN VIVO, SIN LA TRAMPOSA "PISTA MUSICAL"; ES MEJOR QUE SE PONGAN A ENSAYAR (AUNQUE SE EQUIVOQUEN A LA MERA HORA), EN LUGAR DE SÓLO MOVER LOS LABIOS Y ACTUAR FRENTE AL PÚBLICO.

ALGO MÁS: SI TU VES ESTE CONCURSO RECUERDA QUE LAS PAPITAS, CHICHARRONES Y DEMÁS FRITURAS QUE SE ANUNCIARÁN, NO ALIMENTAN, CUESTAN CARAS Y TE PUEDEN PICAR FÁCILMENTE LOS DIENTES.

EL TÍO PEPE

CARMELINA, OMAR, JUAN CARLOS, DOÑA POMPOSA, DOÑA O, TÍO PEPE Y EL TRAVIESO PEPINO, SIGUEN BRINCANDO DE LUNES A VIERNES A LAS 6:30 DE LA MAÑANA EN **RADIO EDUCACIÓN.**

LOS PERSONAJES DE EL **TÍO PEPE** SIEMPRE SE LAS TIENEN QUE INGENIAR PARA VENCER LAS TENTACIONES DEL CONSUMISMO Y APROVECHAR MÁS TODO LO QUE COMPRAN ELLOS O SUS PAPÁS.



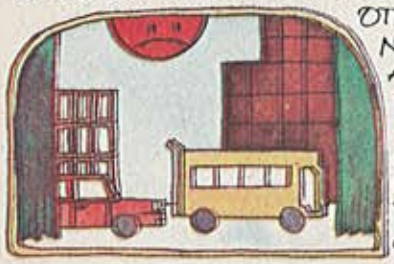
¿Y POR QUÉ NO?

UNAS MARIONETAS RECIBEN MAL TRATO POR PARTE DE SU PATRÓN, ENTONCES LOS PROPIOS NIÑOS ESPECTADORES ENTRAN AL ESCENARIO PARA DEFENDERLOS Y, AL MISMO TIEMPO, APRENDER CONCEPTOS QUE SE OYEN MUCHO PERO SE ENTIENDEN POCO, COMO EL DE LA "LIBERTAD". MUCHA EMOCIÓN EN ESTA OBRA EN LA QUE TE PUEDES LEVANTAR DEL ASIENTO PARA CANTAR Y BAILAR CON LAS MARIONETAS, ASÍ COMO PARA APRENDER A PENSAR.

¿Y POR QUE NO?
SE PRESENTA EN EL **TEATRO 11 DE JULIO,** VÉRTIZ 668, ESQUINA CON XOLA.
LAS FUNCIONES SON SÁBADOS Y DOMINGOS A LAS 12:30 HORAS Y LA ENTRADA CUESTA **$150.00** PESOS.

LOS NIÑITOS DE SAN JUAN

EN EL BARRIO DE SAN JUAN, COMO EN MUCHOS OTROS SITIOS, LOS NIÑOS SABÍAN APRECIAR MÁS EL VALOR DE SUS JUEGOS HASTA QUE APARECIÓ LA TELEVISIÓN Y LOS AUTOS Y CAMIONES ENTRARON DE METICHES POR LAS ESTRECHAS CALLES.



EL ANTERIOR ES EL TEMA DE LA OBRA TEATRAL **LOS NIÑITOS DE SAN JUAN.** DIVIÉRTETE Y PIENSA; BRINCA CON TUS PRIMOS, HERMANOS, AMIGOS Y PAPÁS AL **TEATRO DE LA CAPILLA,** MADRID #13, COYOACÁN.

LAS FUNCIONES SON SÁBADOS Y DOMINGOS A LAS 13:00 HORAS, LA ENTRADA CUESTA **$100.00** PESOS.